

2022 台灣新創生態圈大調查

# 新創、投資者、 ESG 綠色韌性

指導單位



主辦單位



合作夥伴



## 主辦單位前言

資誠 (PwC Taiwan) 自 2018 年開始與財團法人台灣經濟研究院共同合作台灣新創生態圈大調查，深入探討新創企業的管理議題與成長挑戰。2022 年調查專案進入第五年，以「新創、投資者、ESG 綠色韌性」作為年度議題。

過去四年的調查報告以新創為調查主體，探討台灣新創生態圈的發展現況，對於新創的樣貌已有較完整的了解。今年首次針對「投資者」進行調查，新創生態圈內的投資者包含一般創投 (VC)、企業創投 (Corporate VC) 等角色，專案團隊與中華民國創業投資商業同業公會合作，擴大調查規模，並結合量化數據與質化訪談的調查方式，深入探討投資者對新創發展的觀點，期望在新創及投資者的觀點對照中發掘更多可能性。

此外，今年度為響應 2050 年之淨零排放目標，調查亦進一步了解創業議題與聯合國公布的 17 項永續發展目標的相關性。在 ESG 已成主流

的浪潮下，新創是否有針對此政策提出因應措施，展現出「ESG 綠色韌性」便是探討之重點。新創與投資者是如何看待 ESG 議題，投資者的態度是否會影響未來新創的創業題目，新創該如何提升競爭力、積極落實 ESG 也是本年度調查重點。

今年度調查亦邀集知名企業、創投機構、新創、智庫代表，由產業趨勢、市場機會、經營管理與政策資源等面向，提供新創精闢之洞見與未來發展建議等。

台灣新創生態圈大調查持續邁入第五年，特別要感謝指導單位經濟部中小企業處與生態圈夥伴們的支持。期待本次的調查結果可為新創生態圈的夥伴們，包含政府、新創、投資者創造一個互相了解與溝通的管道，讓台灣新創生態圈可以更加健全、持續發展茁壯，共同型塑更友善的創業環境與投資環境。



周建宏

資誠聯合會計師事務所所長  
暨聯盟事業群執行長  
周建宏



林欣吾

財團法人台灣經濟研究院  
副院長  
林欣吾

# 目錄

主辦單位前言 1

年度重點數據 3

## 第一章 新創輪廓 4

新創樣貌與創業趨勢 5

政府政策與創業資源 10

海外市場與領域分佈 13

新創發展優勢與挑戰 16

## 第二章 投資環境 24

新創募資準備與募資選擇 25

投資者調查 33

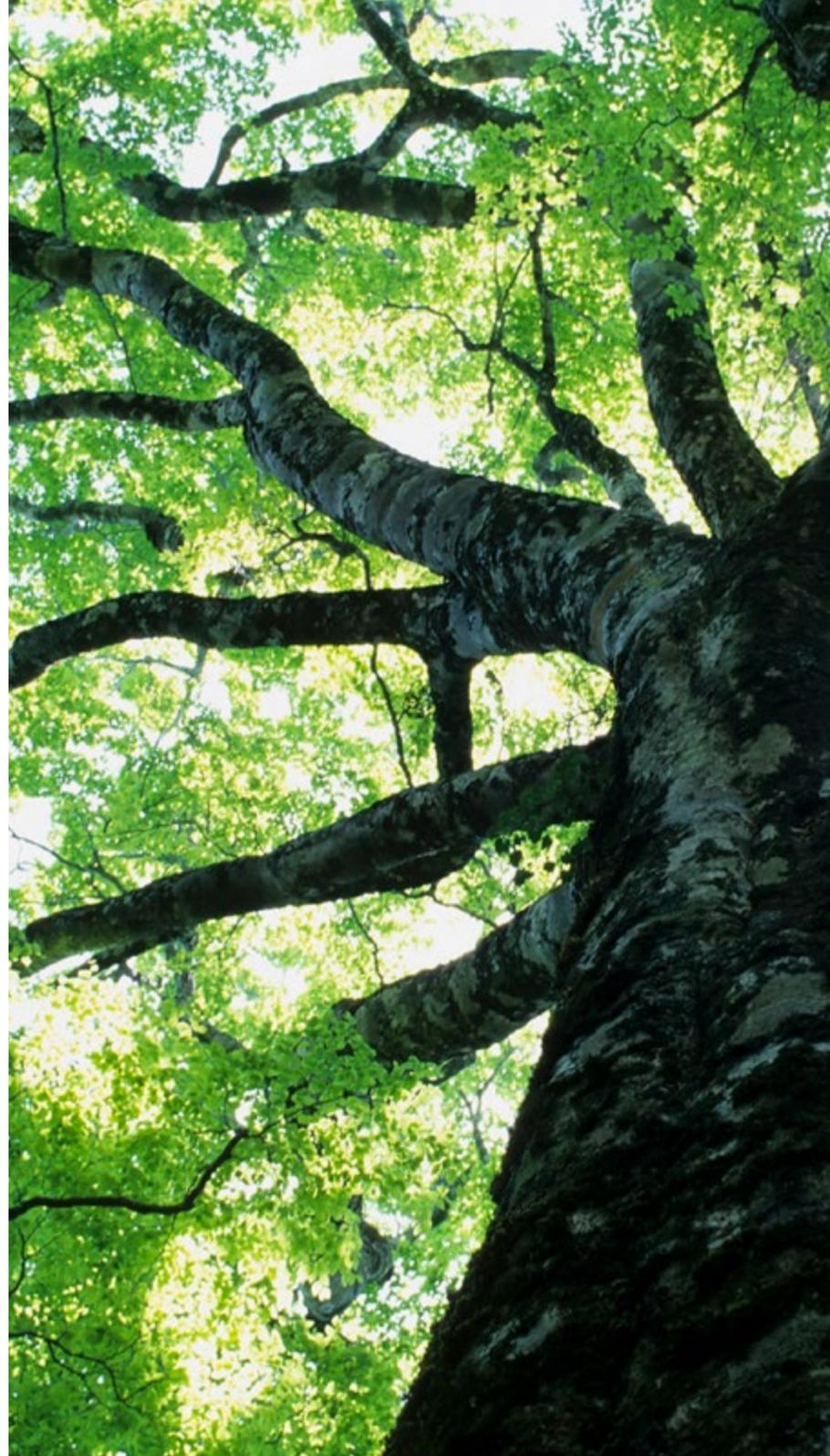
## 第三章 ESG年度專題 42

新創與 ESG 43

投資者與 ESG 46

## 結論 50

調查研究方法 52



# 年度重點數據

## 新創調查

海外發展

**82%**

新創規劃  
往海外發展

投資觀點

**78%**

新創期待投資者  
引介新客戶合作

資金管道

**77%**

新創從人脈  
接觸投資人

永續議題

**67%**

新創創業議題  
與 SDGs 相關

## 投資者調查

**72%**

投資者可  
協助海外發展

**70%**

投資者首重新創  
的商業可行性

**98%**

投資者從人脈  
找尋新創

**67%**

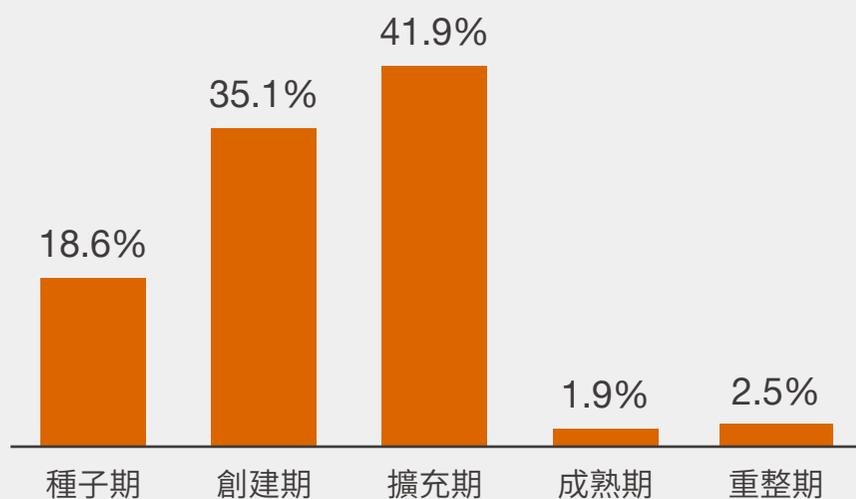
投資者已關注或  
投資 ESG 項目

# 新創輪廓

1



## 新創樣貌與創業趨勢



- 1 種子期 Seed Stage**  
產品初創期，有獨特的創意、技術或團隊，但尚未形成具體產品或服務
- 2 創建期 Startup Stage**  
產品開發完成但尚未大量商品化生產
- 3 擴充期 Expansion Stage**  
產品已被市場肯定，需要更多資金擴大營運
- 4 成熟期 Mezzanine Stage**  
企業營收成長，獲利開始，並準備上市規畫
- 5 重整期 Turnaround Stage**  
企業營運困窘並已陷入虧損，需要重新調整體質改善經營管理

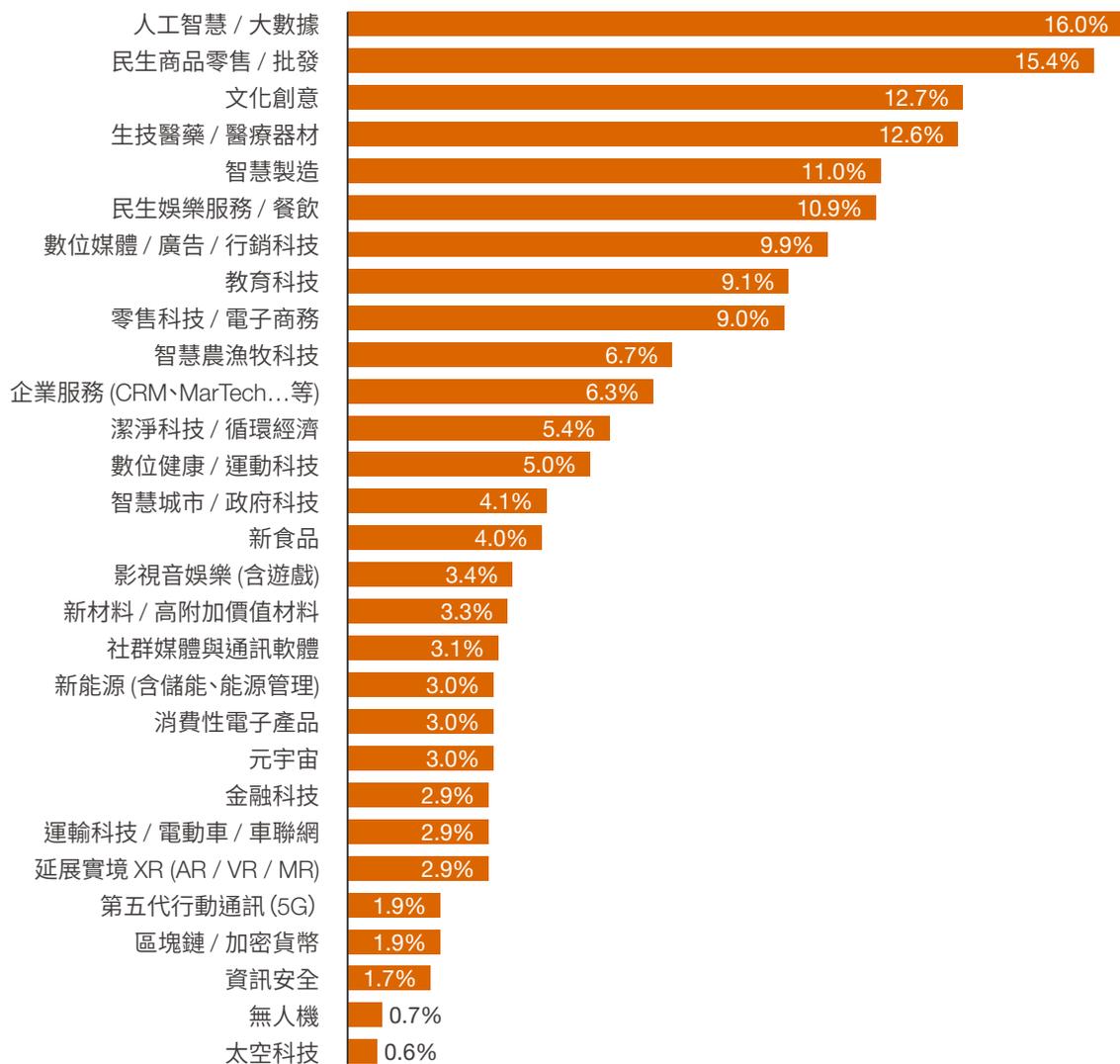
## 2022年創業關鍵字：人工智慧/大數據躍升第一

1 從今年度新創調查發現，創業關鍵字數位科技、數位轉型已經成為驅動新創生態系的重要主軸。今年調查結果裡，前10名的關鍵字就有6項與數位轉型、科技創新有關，如人工智慧、智慧製造、數位媒體、教育科技、零售科技、智慧農漁牧等

2 在前5名的排序分別為：

- 1 人工智慧 / 大數據 (16.0%)
- 2 民生商品零售 / 批發 (15.4%)
- 3 文化創意 (12.7%)
- 4 生技醫藥 / 醫療器材 (12.6%)
- 5 智慧製造 (11.0%)

3 在6~10名依序為：「民生娛樂服務 / 餐飲 (10.9%)」、「數位媒體 / 廣告 / 行銷科技 (9.9%)」、「教育科技 (9.1%)」、「零售科技 / 電子商務 (9.0%)」、「智慧農漁牧科技 (6.7%)」



Q：請從下列「關鍵字」，選出與您目前創業項目最相關之領域。(複選題，最多三項)  
樣本數 = 700

## 觀察

### 數位科技已是創業趨勢的重要主軸，加速產業數位與綠色雙轉型，廣泛擴散至其他產業

今年度新創調查顯示，數位轉型、數位科技應用為國內創業主要趨勢。這個現象可能反映疫情衝擊全球的企業營運，特別是在供應鏈的層面，製造業因疫情隔離或封城所造成的缺工，加上供應鏈對 ESG、綠色製造等規範的要求力道不斷提高，促使市場端加速投資相關技術的行動與規模，因此帶動數位科技應用的新創成長與能見度。

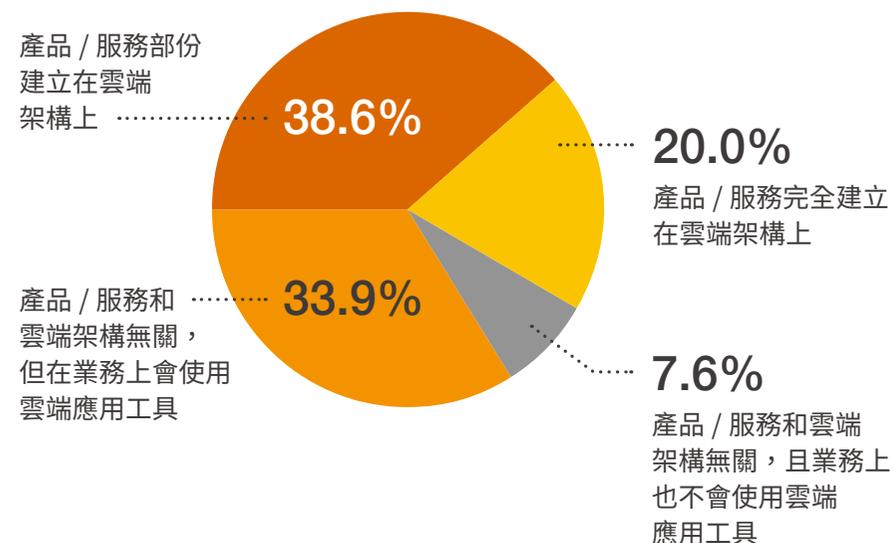
為了解民生商品零售/批發、文化創意所隱含的創業趨勢，對照受調查新創的產品/服務發現，數位科技已逐漸擴散至零售業、文創業。新創業者提供資料處理、數據分析、廣告服務等資訊服務協助零售或文創業者從事電子商務與網站經營。

數位科技新創的蓬勃發展不僅成為我國製造業數位轉型生力軍，據觀察，其技術已延伸應用到其他產業，使教育產業、農漁牧業、零售業、文創業者商業模式數位科技含量日益增加，共同推進台灣數位經濟發展。

### 雲端架構為重要的數位轉型服務基礎

今年調查了解新創提供的產品服務與雲端架構的關係，有 20.0% 的新創將產品服務完全建立在雲端架構上，38.6% 將其部分服務架設於雲端架構上，另外 33.9% 雖然產品/服務和雲端架構沒有直接關係，但因應業務需求也會使用雲端應用工具。

另將前五大創業關鍵字與雲端架構的使用現況交叉比對後，發現「人工智慧/大數據」是最仰賴雲端服務的領域，其餘領域的新創企業亦有 50% 以上將其產品/服務部分或完整建立在雲端架構上。進一步調查新創企業將產品/服務架設於雲端的前三大考量依序為：「創新商業/營運模式 (57.3%)」、「未來可擴充彈性 (50.2%)」、「靈活性和業務敏捷性 (45.6%)」。



Q：請問您在創業項目提供的「產品/服務」和雲端架構/應用關聯程度為何？  
樣本數 = 700

## 案例分享 | 台經院研究三所

### 垂直產業數位轉型為台灣新創的重要機會

隨著如 iCHEF、ServiceTitan 與近期剛完成 A 輪募資的 GoFreight 等新創逐漸嶄露頭角，推動垂直領域數位轉型所產生的紅利或許仍是孕育新創的重要源頭，這裡的紅利指的是隱藏在垂直領域中，仍未被挖掘的數據價值。

台灣有許多競爭力強大的製造業，如紡織業在台灣已 60 年，國內上中下游結構相當完整。只是，長久以來，代工廠與國際品牌廠之間從確認設計使用的樣布到實際投產往往需要冗長的時間與溝通成本（常需要 6-8 個月），其中的關鍵原因在於實體樣布寄送往返需耗費大量時間。

隨著消費者的喜好逐漸朝快速、大量客製化方向發展，快時尚、即時時尚也形成趨勢，過長的前期溝通時間漸漸難符合市場需要。同時，服裝設計師也開始採用數位設計軟體，對於布片樣式、種類與相關 3D 視覺呈現上資訊（如垂墜感）等具體參數需求大增，使整個紡織垂直領域對數位布片的潛在需求呈現爆發式的成長。

台灣新創業者，臺灣通用紡織科技 (Frontier) 看見了這個需要，並在成立不到三年的時間，便擁有了全球最大實體掃描的數位布片資料庫。其英文名「Frontier」即象徵要為紡織業開拓「新疆土」，憑藉一片片數位布片鋪成往來新疆土各地的鐵路。

Frontier 透過隨處可得的掃描機結合 AI 演算法，準確地挖出藏在實體布片內各種參數，並藉由視覺化 (2D, 3D) 呈現這些資料以提供平台化的服務，協助紡織業內生產、設計、品牌等各方都能獲取數位布片帶來「增加效率」的實質價值。不僅如此，隨著實體布片參數資料被挖掘，透過與第三方排碳資料庫企業合作，即可精確計算出每個數位布片潛藏的碳排數據，方便服務使用者對減碳能做出更即時有效的決策。

Frontier 的成立過程中，正好在行政院科發基金與工業局的支持下，幾個智庫共同發展出「台灣產業數位轉型量表 TDX」<sup>(註)</sup> (Taiwan Digital Transformation Index, TDX)，Frontier 結合 TDX 針對客戶各個階段的紡織作業流程，衡量對應的數位成熟度，繼而找出數位成熟度較低的數位斷點，並提供改善方案，以協助企業能徹底發揮出數位布片所帶來的價值。

Frontier 對紡織業的切入點，正好展現台灣歷來發展不錯的製造業在數位轉型上的新創機會。這樣的機會，應該也存在台灣各個產業鏈中，這樣以資料與數位轉型的新創機會，台灣應好好掌握，發展新創、也同時提昇各產業的競爭力。

註: 台灣產業數位轉型量表 TDX，<https://dtrl.tw/>。

## 疫情與缺工 催化製造業轉型智慧製造

PwC 在 2016 年開始啟動工業 4.0 的調查，在 2018 年進行回訪，在這兩次的調查發現：(1) 亞太區的公司更為積極進行工業 4.0 的引進，(2) 領先的公司透過生態系的建議，與其他合作夥伴一起創造與建立新的客戶價值，(3) 人工智慧雖然似乎開始起步，但十分快速的改革了生產營運的決策品質，(4) 賦能員工將是數位轉型最核心的重點，員工引領的數位轉型才能獲得生產力的改善。

過去產業界普遍認同工業 4.0 之概念，但在執行推動的部分仍有許多的障礙，僅部分較為領先的企業實質進行導入，然而這幾年製造業在智慧製造與工業 4.0 領域上應用取得了很大的進展，主要來自以下幾個原因：

### 1 疫情加速數位化轉型：

近兩年由於疫情之衝擊，各國的封城或隔離政策都對於產業的生產製造而言造成的極大的衝擊，也讓企業思考如何減少製造業直接投入的人力，此外，AI 技術持續快速發展，更容易得讓企業能夠輕易地透過導入感測器蒐集訊號、記錄產線上的各種資訊，並以 AI 模型分析整合資訊，快速進行決策優化產能與品質。

### 2 製造產業面臨缺工挑戰：

近年來由於人口結構改變、少子化之影響，加上年輕世代對工作環境之期待較高，相較之下傳統工廠內的可能包含噪音、污染、有毒氣體等條件，大大影響年輕人投入製造產業之意願，這也促使企業端更積極的導入智慧製造，改善現場缺工之情形。

### 3 各種新的感知器 (Sensor) 的問世與物聯網的興起，降低了數位轉型的門檻：

過去製造業許多技術與品質，依賴老師傅經驗判斷，學徒制的傳承，培養一名好的工程技師，需要長達五到十年時間，同時在缺乏數據的基礎上，很難確保品質穩定性。感知器與物聯網的技術普及與價格合理化，搭配 AI 的機器學習能力，能夠將老師傅的手藝數據化，並透過分析建立相關的判斷模型，將經驗轉換成數據進行保存，以科學的方式進行持續改善。

### 4 新的數位使用者裝置的改革，讓現場人員更願意接受數位轉型帶來的便利：

許多工廠內的員工對於科技操作有許多抗拒的心理，主要原因在於過於複雜資料輸入操作，影響工作的效率與錯誤率的增加，但近年來有更多更簡單的使用者裝置 (如：智慧手機，手持裝置，AR/VR) 的普及，讓人們更容易透過各種簡單地使用介面操作軟體，降低了新技術導入的門檻，員工們也更願意配合導入數位工具的使用，推動了智慧製造的發展。

智慧製造因為大量應用新的技術，對於促成企業的大小合作確實產生助力，許多企業需要的前緣技術掌握在新創公司手上。對於企業來說與新創合作也有很多優點，企業內部常因績效導向以短期成效為目標，透過與新創合作則可發展更具突破性的創新方案，對於企業整體的發展而言更為正面。不過，從過往輔導企業的經驗，有一個重要的提醒與企業分享，就是合作以前，需要思考新創與傳統製造業的思維是很不一樣的，企業重視計畫與執行，新創重視創新與嘗試，兩者在企業文化、管理方式上的差異需要納入考量，如何整合各自的優勢，並給予適當的彈性，才能取的共贏與共利。

企業推動數位轉型發展正在浪頭上，這正是新創可以思考重點發展的方向，新創有幾種與企業搭建合作之途徑，其中包含：與企業一起申請政府產業發展補助計畫、參與企業共創生態圈、產業創新 (企業出題，新創解題)、參與公協會與研究單位的創新專案等。此外，越來越多企業二代積極地接觸新創並建立業務合作，因此中介機構如何協助製造業找到並對接合適的新創夥伴，引進新的數位解決方案，也是未來可以持續努力的目標。



盧志浩  
資誠創新諮詢公司 董事長

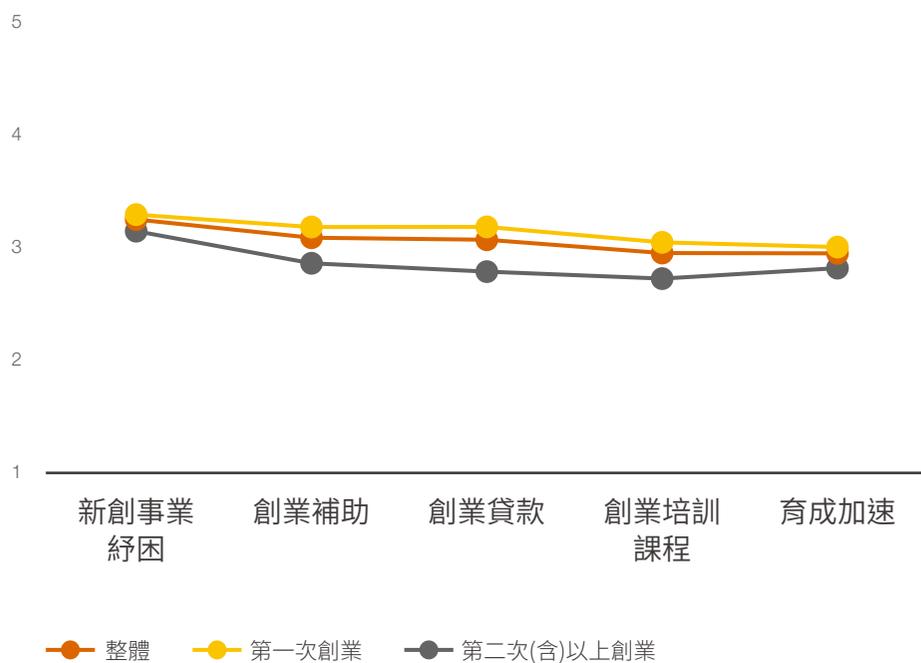
## 政府政策與創業資源

### 政府資源是初次創業與萌芽新創成長的重要養分

今年度新創調查顯示，政策始終對新創企業的發展扮演極重要的角色，政府近幾年積極成立國際創業聚落、獎勵補助制度、培訓課程等多元協助新創企業之管道。

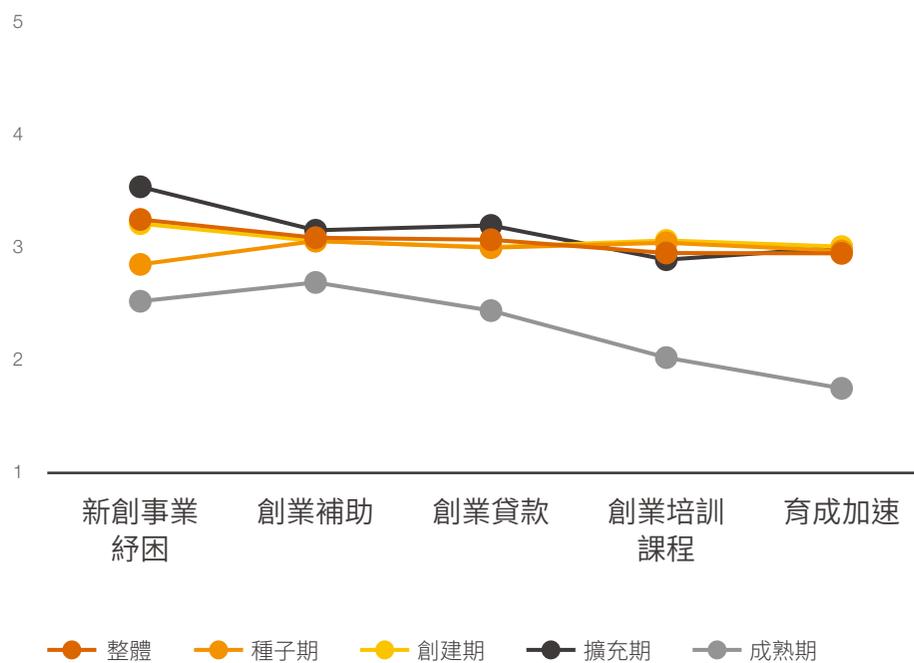
對於新創企業來說幫助最大的政策工具，包括新創事業紓困、創業補助、創業貸款、創業課程培訓、育成加速等。

### 對於不同創業經驗的新創企業的幫助程度



若從交叉分析來看，在創業經驗方面，可以發現初次創業的新創企業，對各項新創產業政策的助益的感受，明顯高於連續創業者；若從營運階段來看，政府政策工具對於種子期、創建期、擴充期階段的新創企業帶來的幫助明顯高於成熟期之後的新創企業。

### 對於不同營運階段新創企業的幫助程度



Q: 請問您認為下列政府近年推動的新創產業政策，對於您的創業項目幫助程度為何？請就以下政策面向對於您的創業項目的幫助程度，依據 1(低) - 5(高) 進行評估，或不知道是否有該項政策 樣本數 = 700

## 政府政策

### 國內外創業政策持續優化

因應新冠疫情、供應鏈瓶頸、通膨威脅、國際地緣政治衝突、淨零排放、極端氣候等問題，各國從法規、社會及產業支援等面向有所轉變，也提出鼓勵、培植新創成長茁壯的措施，帶動產業轉型與改變未來趨勢，進而活絡新創產業。例如：新加坡 3 月提出企業 2030 願景，支持具高潛能事業發展為全球企業；韓國 6 月評選出 60 家潛力新創，積極培育獨角獸；歐盟 7 月通過新歐洲創新議程，幫助創新和新創企業扮演全球創新領導者；德國 7 月推出新創戰略藍圖，改善德國創業生態系；日本 8 月增設新創大臣，扮演創業政策的指揮中心。

面對全球新興趨勢與未來挑戰，行政院「全國科學技術會議」致力實現創新、包容、永續的臺灣 2030 願景，以育成潛力科技新創、完善創業投資環境及鏈結資源茁壯新創，推動亞洲·矽谷 2.0，打造新創經濟發展環境。

### 全方位支援新創 掌握關鍵推動力

為扶植新創產業茁壯，引領數位及綠色等新興科技發展，加速產業升級轉型，經濟部中小企業處以裕資金、廣服務、創聚落及鏈市場四大策略，持續厚植臺灣創新創業生態發展。

## 創業政策資源



### 裕資金

協助新創獲得投資、融資、補助等資金，充裕新創多元資金管道。

---

**青年創業及啟動金貸款、創業型 SBIR、  
新創實證補助、新創總會創業投資委員會**



### 廣服務

以課程活動、諮詢輔導、主題據點等服務協助多型態創業需求，普及創業服務。

---

**新創圓夢網、新創基地、社會創新實驗中心、  
青年創育坊、女性創業飛雁**



### 創聚落

協助新創接軌國際，打造北林口、南亞灣國際型創業聚落。

---

**林口新創園、亞灣新創園**



### 鏈市場

從市場、訂單、策略合作夥伴等面向，加速新創鏈結國內外市場，拓展新創商機。

---

**TAcc+、企業型加速器、新創採購、G Camp**

## 除半導體 政府要更加關注數位經濟發展

吳昕霈表示，期盼政府能夠為國家未來5~10年的發展方向制訂明確政策跟方向，同時更加關注對高科技產業如半導體、ICT、晶圓製造等以外的數位經濟產業發展，在此方面若能祭出更為明確的指導原則，對於新創的發展將會更有助益。

目前，台灣政府針對新創產業施以的優惠、投資及其政策，多半以「雨露均霑」的方式提供支援，然而「分散策略」同時也分散了人力、物力、資源及資金的有效運用，對於產業涉略面極廣的新創而言，能夠起到的效果有限。吳昕霈認為，政府在支持新創發展方面，需進一步推動思維轉換，比起「雨露均霑」，是否能設定每5~10年有一個大方向的脈絡，進而推動整體新經濟產業的起飛。

台灣新經濟產業有很好的發展機會，以 WeMo Scooter 為例，台灣主要3家共享機車品牌已使台北市成為全球共享率、使用人次、車輛數皆

排名第一的城市，這也證明台灣在數位經濟領域的確有機會成為全世界、全亞洲的典範。

許多人指出，台灣創業生態系發展應該借鏡矽谷、以色列、愛沙尼亞，吳昕霈認為，其實台灣不需要去學任何地方，過去在以色列、愛沙尼亞等國參訪的經驗，台灣所在做的事情與他國無太大差異，環境也沒有好壞之分，至始至終，「執行力」的落實才是成功與否的關鍵。

吳昕霈表示，創業者的執行力、資金執行力、國家執行力都相當重要，無論新創生態系的哪一個環節，如能避免歹戲拖棚、學習如何迅速且果斷地執行，將會對台灣新創發展起到更大的幫助。而所謂「執行力」，亦仰賴國家願意花多大的決心去推動一件事情發生，事情不用多，但要集中，最終的成果才會真的有一鳴驚人之力。



吳昕霈

Wemo Scooter 副董事長



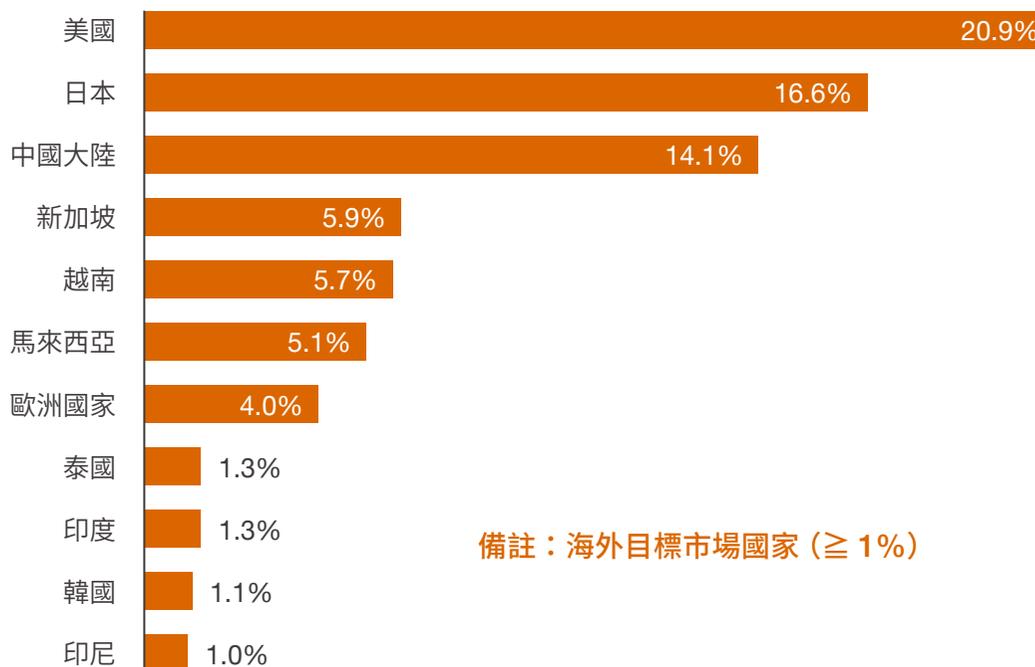
## 海外市場與領域分佈

### 美國為新創首要海外目標市場

新創調查結果顯示，超過 8 成 (81.9%) 新創有拓展海外市場的規劃；前三大的海外目標市場國家依序為：美國 (20.9%)、日本 (16.6%)、中國 (14.1%)。以今年創業關鍵字與前三大與海外目標市場交叉比對，人工智慧 / 大數據、文化創意、生技醫藥，以及智慧製造的新創以美國為主要海外市場。

從區域比例來看，新創最希望進入之區域依序為：東亞 (31.8%)、北美 (21.8%)、東南亞 (19.4%)。透過交叉比對發現，東亞、北美與東南亞的前三大新創關鍵字均包含人工智慧 / 大數據，顯示台灣新創多數以人工智慧 / 大數據之技術發展海外市場。

**31.8%** 東亞 (日本、韓國、中國)    **21.8%** 北美 (美國、加拿大)    **19.4%** 東南亞 (新加坡、越南、馬來西亞、泰國、印尼、菲律賓)    **8.9%** 其他



Q：請問您目前或未來海外市場發展的「首選」國家？  
樣本數 = 700

## 國際市場空間大 但新創要有長駐市場的決心

談及台灣創業生態系的資金活躍程度，陳佐亦表示，台灣專注投資早期新創的資金不多是不爭的事實，在市場上亦有先天的限制，小而美的市場雖有好處，但也限制了新創估值的發展，對於創投而言，新創要能夠解決夠大的問題，才有可能帶來更多元的出場機會。

也因此，作為新創公司的早期創投，Mucker 致力於導入北美、亞洲、歐洲等國際資源及資金，協助新創出海發展，與創業家共同開拓國際市場。

陳佐亦提到，Mucker 作為美國的創投基金，在思考旗下投資組合必然會有「市場規模」的考量，同樣的，這也是絕大多數的海外創投在投資之前首要考量的要點之一。

即便某些特定產業在台灣市場便可達到規模經濟，然而更多的狀況是在國際市場的經營

思維上，被台灣市場環境給限制。因此陳佐亦認為，台灣新創若是想要取得創投資金勢必得將矛頭轉向海外市場，而要達到這個目的，實際的飛出去則是必要的過程，畢竟連在台灣這麼小的土地上，台北、高雄的客戶在生意風格、企業文化、市場需求上便可能存在差異，更何況是海外市場，這也是為什麼 Mucker 一再強調鏈結海外資源的重要性。

談到國際市場的開發，陳佐亦表示，團隊要能釐清其解決的痛點在哪一個市場具有較大的發揮空間，且該市場規模一定要夠大。一旦確認市場方向後，團隊要有長駐市場的決心。因為唯有如此，一方面才能融入當地的生活、瞭解當地市場需求以及遊戲規則、掌握當地發展規則外，更能建立當地的人脈網絡，進而能有效的發展事業。



陳佐亦  
Mucker Lab 亞洲區董事





## 海內外新創相互交流 促進國際化視野成形

談及台灣新創在國際化拓展上的困難，楊子慧指出，倘若新創團隊並非長期於美國、中國、東南亞、歐洲等大市場國家發展，而是如台灣、新加坡、以色列等小國，想要於國際市場發展規模化事業，必得與國際企業或是組織合作，方能站在巨人的肩膀上將其事業版圖拓展出去。

新創國際化發展最重要的，首先是「知道客戶在哪裡」，其次為「何處為最具發展潛力及條件的市場」，其三為「找到好的引路人及夥伴」。楊子慧表示，新創國際化擴張的引路人包括當地新創公司、加速器、創投或者企業，透過這些人脈連結，才有辦法更了解當地市場。

Garage+ 致力於帶領海外國際新創進入台灣市場，這一方面是將海外的資源帶入台灣，結合國外新創的技術強項，以及台灣既有的產業優勢，另一方面則是透過國際新創在地化，培養更多與國際社群接軌的機會。

楊子慧進一步針對海外新創遴選進行說明，Garage+ 在遴選海外新創時主要以「科技

創業」為主要招募對象，該團隊必備高科技含量，在尋找新創團隊時，也多半鎖定科技重鎮進行招募宣傳，例如美國矽谷、波士頓、以色列、英國倫敦、波蘭、加拿大溫哥華等。

相比於國際團隊，台灣新創雖然具備技術優勢，但在營運、行銷等觀念和能力偏弱，在回應國際化的能力較顯不足。因此透過網羅國際新創公司來台與台灣新創交流，可以促成雙方合作，無論是共同研發、業務合作，皆可間接帶領台灣團隊更了解國際市場，或是透過與國際新創的合作將其解決方案對接給海外客戶。

楊子慧認為，台灣新創要往國際發展，必得具備國際創業社群的資源，而 Garage+ 透過招募國際級新創公司，亦可為台灣創業者帶來新的典範。其中，包括透過交流更加了解國際團隊如何進行銷售、如何募資、如何思考出場，包含接受企業併購的可能性，皆是台灣團隊可加以學習、仿效之處。

楊子慧  
Garage+ 營運總監



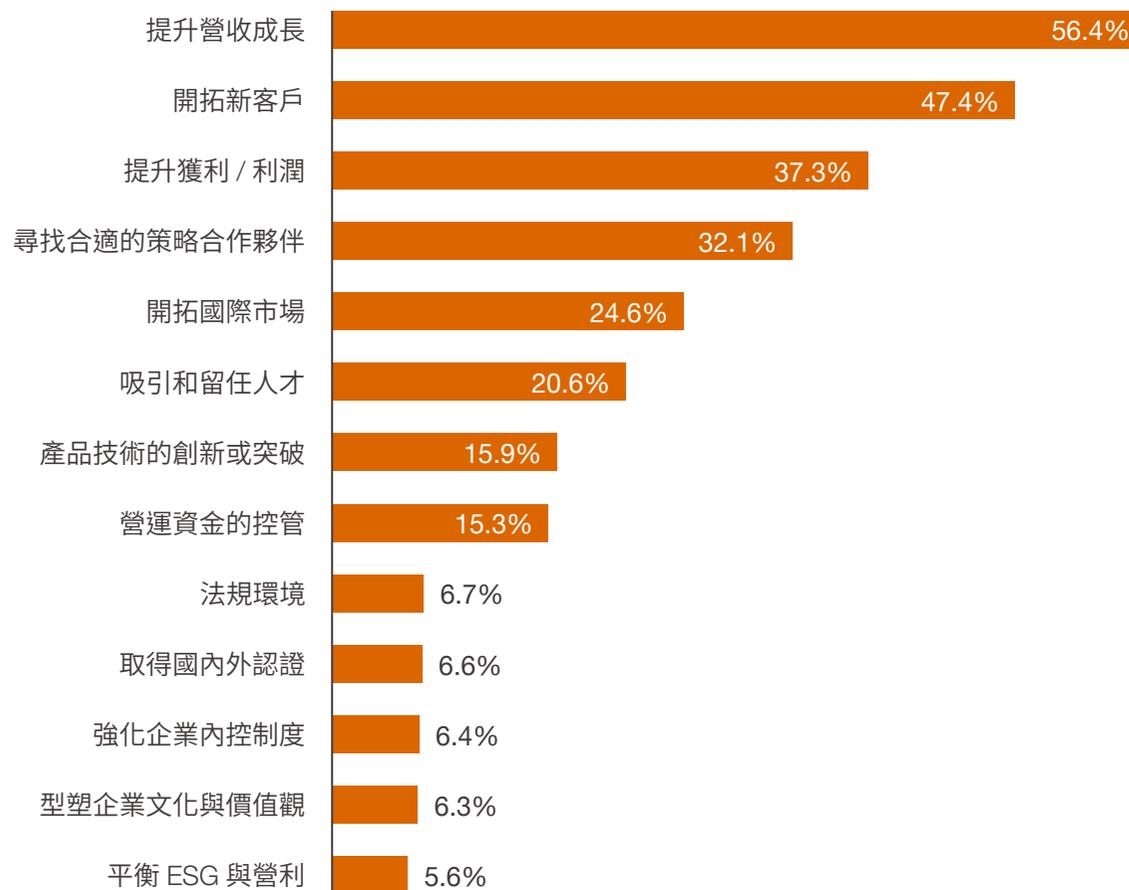
## 新創發展優勢與挑戰

### 研發與商品化能力為新創強項，營收成長仍為主要挑戰

從新創的角度來看國內新創生態系與國際化競爭力，受調查台灣新創自評在「產品技術的創新研發能力」或「商品化能力」均優於國外的新創，在這兩面向相對具信心。

就未來 2-3 年而言，新創面臨的前三大挑戰主要在開拓市場和營收拓展，例如「提升營收成長 (56.4%)」、「開拓新客戶 (47.4%)」、「提升獲利/利潤 (37.3%)」

再者，「尋找合適的策略合作夥伴 (32.1%)」「開拓國際市場 (24.6%)」、「吸引和留任人才 (20.6%)」也為新創面臨之挑戰。



Q：請問貴公司未來 2～3 年發展面臨的挑戰為何？(複選題，最多三項)  
樣本數 = 700



## 要建立自信心 有好產品、商業模式就能具備國際競爭力

針對台灣新創國際化議題，陳瑞弦指出，每一種生意都有其適合發展的事情，雖然國際化不是唯一解答，但新創應該基於其產品及可能的市場進行國際化與否的評估。

以創立於 2017 年、扶田亦參與投資的飲料機器人百睿達 (Botrista) 為例，主要競爭優勢來自於利用台灣本地軟、硬體人才資源，專注攻打北美市場需求，便是善用既有優勢、貼近國際市場需求以贏得市場的實例。

然而，絕大部分台灣新創對於前進國際市場充滿恐懼，很多時候創業者容易挾優秀的技術躲起來閉門造車，這是許多創業者容易陷入的誤區，總以為產品夠好市場就必然買單，但現實通常並非如此。

陳瑞弦認為，台灣新創在技術發展上都具備國際競爭力，對於過往比較欠缺的行銷、營運模式的建立等，也開始瞭解其重要性，相關能力

也多逐漸提升。但或許是社會文化的關係，台灣新創的營運表現常常過於 humble，會讓投資者、客戶產生自信心不足的感覺。所以，面對國際市場的發展與競爭，台灣新創需要建立更強大的自信心。

在 AgriFood Tech 發展中，每一個市場都有其特色以及需求，所以，扶田資本會根據新創的技術以及營運特質，協助選擇適合的國際市場，並進行市場開發輔導。同時，新創也要加強對當地市場的理解，不僅要能建立長駐的團隊，同時需要在當地找到適合的夥伴，才有機會快速建立當地市場的競爭優勢。

面對新冠肺炎疫情過後多變的食農餐飲產業生態，人力及糧食的短缺創造餐飲科技解決問題的缺口，同時也加速產業數位化的步履，面對這些全球性的議題，凡只要具備「好人才」、「對的商業模式」，台灣團隊其實具有相當高國際競爭力。

扶田資本  
陳瑞弦 執行長



## 企業看重新創三大條件：解決方案、商業模式、可持續性

一般大企業尋求新技術、新產品、新方向，其一為內部創新，其二則為外部創新。針對這2種策略，唐雲順副總表示，精誠採取內外部創新相輔進行的模式。在內部創業的部分，精誠自1997年起，便曾創立「入口搜尋網站」，其前身為精誠內部代理銷售網景瀏覽器的中文版頁面，該站由內部創業獨立後，順利於2000年以2億美元的估值賣給Yahoo，是相當成功的內部創新案例。而至於外部創新方面，精誠在尋找合作新創時，會盡量避開競爭，專注尋找可提升既有方案、企業尚未掌握的新技術為主。

唐雲順提到，如今市場變動快速，若一切都要靠企業內部研發團隊進行開發，則容易陷入緩不濟急的狀態。對於精誠而言，相比於以自家R&D出發全權掌握最新技術，進入市場的時機(time-to-market)來得更為重要。透過外部創新的模式與新創配合，可節省企業內部2~3年以上的開發時間，加速上市時間，更可避免在開發過程中市場便遭競爭對手吞食的情況。

在選擇合作新創上，唐雲順表示，首先，企業最看重的是解決問題、痛點的方式，以及「痛點」設定是否準確。再者，探究新創的技術與商業模式是否具備國際拓展，可規模化(scalable)的潛力，亦即產品需要能標準化、國際化，不能僅是專案型(project-based)產品。尤其，精誠特別關注其產品、服務在台灣、大中華區的銷售可能性。其三，該產品及團隊是否具備「可持續性(sustainable)」也尤為重要，如此一來對於客戶來說才能有最基礎的保障。

此外，唐雲順也指出，新創成功與否，與領導者的個人特質、能力、經驗及國際化的視野呈正相關，因此精誠在挑選合作團隊時，也相當在意創業家本人的條件。首先，以具備領先技術力為基礎，再來，創業者亦需對商業模式、財務、經濟、市場、潛在客戶有相當的視野與認識，在進入市場時，創業者也要能具備溝通、說服、銷售的能力。



唐雲順

精誠資訊國際軟體事業合作部 副總經理



## 新創須建立：「產、銷、人、資、發、財、法」七大能力

余東洛表示，創業之所以充滿挑戰與壓力，是因為除了將目光放在創新技術、產品服務、與商業模式外，企業經營內涵的七大維度，即所謂的「產、銷、人、資、發、財、法」等七大課題，無一不是創業團隊在有限時間下，需要學習掌握的能力。

具體而言，「產」是新創產品及服務由上游原料端、經過企業賦予價值後，直到交付客戶的整個歷程；「銷」指的是行銷與銷售兩件性質迥異的工作，前者定義戰局、做出市場定位，後者則是戰術應用、以銷售技巧促成交易；「人」不僅指團隊招募和選訓育留等工作，還包括了投資人的選擇，以及人脈資源的管理；「資」為今日世界不可或缺的資通訊、資安等軟硬體工具，是開發產品、建構服務以及營運之必須；「發」是研發，是科技新創最核心的競爭力所在；「財」指財會、資金籌措等管理與規畫作業；

「法」為法務議題，包括法規遵循、智財保護、合約談判等事項。

七大營運能力的健全，是企業能屹立不搖的不二法門。余東洛認為，創業者過去若沒有機會涉略這些事業運作的基本知識，則僅靠天馬行空的發想、空有一身武藝的聰明腦袋，是難以長久馳騁天下的。

但不可諱言的是，創業維艱，缺少七大面向中的某些要素，對於資源有限的新創團隊而言，是再正常不過的事。重點在於核心團隊首先要認知到不足之處為何，接著便是透過諸如產業人脈、加速器、或創投等等各種不同途徑，有意識、有方向地去逐步彌補現階段所欠缺的能力與資源。越早將這「七支桌腳」補足，企業就越早能穩健地邁向永續成功，這是任何新創業者都該預先做好的心理準備。



余東洛

Mesh Ventures 合夥人

## 善用獎酬工具 創造企業與人才的雙贏

人才是新創最重要的資源，員工獎酬機制對於新創招募人才與留用扮演極為重要的一環，然而由於新創之高風險、高成長之特點，在選擇員工獎酬工具時的考量，亦有別於一般企業，因此在選擇時要考慮適用性與管理情境是否能夠真正帶動激勵人才的獎勵效果。以下兩種是比較適合新創使用的獎酬工具：

### 1 員工認股權

認股權一般而言價格不會太高，如果企業業務發展順利，就能帶給員工一個更高的預期回報；企業可基於員工過往績效提供認股權，員工取得該權利後，可於一定時間內評估是否要行使，企業亦可透過設定員工繼續在職時間為認股條件，增加優秀員工留在公司之動機，對新創企業而言具有一定的留才效果。

### 2 限制員工權利新股

限制員工新股可在設計之時連動於員工績效條件，包含獲利或營收等可量化之目標，未達成目標即可依約定方式收回限制員工新股，由於員工須達成目標後始能行使，不但可保障公司權益，對於員工而言也具有激勵效果，若勞資雙方對彼此不夠熟悉，限制員工新股就是一個不錯的方式，這項獎酬工具亦適用於新創企業。  
(註：未公開發行公司不得由公司直接收回)

有其他三種經常被企業用來激勵員工的獎酬工具，比較適合已經進入成熟期的一般企業，對於早期新創而言就不太適用：

### 1 分紅認股

執行方式為每年依公司盈餘對員工進行分配。考量新創在早期經營多處於虧損階段，無法執行分紅配股，且此方案主要是對「過去、已達成的績效」作獎勵，即便員工方沒有成本與風險，但是對於激勵未來績效看不到效果，因此較不適用於新創。

### 2 現金增資

公司法 267 條規定，公司於增資時須提供一定比例之股份予員工認股，雖然認股價格可能可以比市價略低，且鎖定股票 2 年內不能轉售，但由於新創早期風險較高，員工參與意願可能偏低，且對於激勵未來績效而言幫助有限，較不適用於早期新創。

### 3 庫藏股

由於庫藏股回收的數量(發行股票 5% 以內)與金額是有限制的(盈餘及已實現資本公積合計數)，較不適用於新創。

上述提及之「員工認股權」及「限制員工權利新股」雖可激勵新創企業員工創造更高之績效，創造員工及企業之雙贏，但在設計這類型員工獎酬工具時，基於 PwC 加速器的輔導經驗，提供以下三個重點，提醒新創企業經營者參考：

- 1 員工認股權是一個契約關係，企業在制訂員工認股權時，應思考其約定內容是否明確，並編制公告相關實施辦法。
- 2 若企業正洽談被併購之業務時，應與併購方討論員工認股權及限制員工權利新股之執行現況，並建立併購後明確的執行方案。
- 3 員工獎酬工具跟企業的收益是對立的，為保障股東權益，《公司法》規定相關規劃應需通過董事會的特別決議，而限制型股票之施行則需要取得股東會特別決議。

另外，目前政府已修正相關公開發行公司之法規，新法條除了放寬發行期限以提供企業更彈性的規劃彈性外，更要求企業在規劃員工獎酬工具時應提報薪資報酬委員會或審計委員會同意後，再提報董事會同意，並應於年報及公開說明書揭露相關規劃資訊，以期發揮公眾監督之效果，優化員工獎酬工具之整體效益。



黃文利

資誠聯合會計師事務所 稅務暨法律服務  
執業會計師





### 因應發展階段配置資源，助新創走更長遠的路

依據本年度大調查之結果，新創對於其公司未來 2-3 年間的重要挑戰，排名前 4 大議題分別為「提升營收成長 (56.4%)」、「開拓新客戶 (47.4%)」、「提升獲利 / 利潤 (37.3%)」、「尋找合適的策略合作夥伴 (32.1%)」其內容皆與市場及營收有關；然而，代表新創創新動能的「吸引和留任人才 (20.6%)」、「產品技術的創新或突破 (15.9%)」排名第 6 及第 7，優先順序明顯低於市場及營收面向之議題。

這樣的數據所呈現出來的一個現象可能是多數之新創仍處於求生存之階段，需專注於擴大公司之市場及營收，而以創造營運成長為其主要目標，但這不代表著新創為了短期收益而不顧及長期發展的其他重要關鍵能力，建議新創應基於中長期之發展，依照企業發展之不同階段建立相應的資源配置。

對新創來說，時間和人力永遠不夠用，在忙於開發產品和服務的同時，又得解決內部營運管理及外部建立供應鏈和開發潛在客戶等種種挑戰，找到有經驗的創育機構或者加速器，將有助於新創度過這段艱苦的草創階段。

此外，新創取得初步成果之際，為增聘優秀人才、拓展市場與佈建銷售通路，並開發新一代產品，會需要再募集更多資金，作為公司之再成長與擴張的動能。建議新創需要提出允當的歷史及預測的財務資訊，讓潛在投資者對於公司未來發展能有清楚而完整的圖像。

黃世鈞

資誠聯合會計師事務所 創新創業服務  
主持會計師



## 營運狀況

### 創新創業

已開發出核心技術或改變消費行為的創新構想，建立可行的商業模式。

### 展業成長

具備可行的產品或服務，並獲得資金支持產品開發，專注於市場研究和產品／服務之開發。

### 國際布局

已經獲得足夠的資金而且營收顯著增長，擴張轉型或進軍國際市場成為關鍵議題，以維持事業持續成長動能。

### 創造價值

營收和獲利穩定增長，評估透過資本市場上市、併購、策略性合作或多角化經營來進一步發展業務。

## 面臨挑戰

- 可行的商業及獲利模式
- 共同創辦人、執行團隊、未來投資者的股權結構設計
- 資金募集之規劃與投資人屬性之評估
- 推動內控制度之時程與規劃
- 需要清楚透明的財務報告、未來業務發展計劃與財務預測
- 設計適當的激勵方案以留住關鍵人才
- 保障客戶／供應商各方權利義務的合作協議
- 專利與關鍵技術已建構完善的策略佈局
- 擴張可能代表對營運資金流動性需求的更高壓力與風險
- 投資方對業務持續增長與獲利的期望越來越高
- 隨著營運規模擴大和交易涉及國家的增加，法規要求將越來越多也越嚴格
- 需要更充足的人才、資訊系統及管理制度來支應漸趨複雜的營運模式
- 資本市場上市(櫃)之評估
- 出售全部或部分業務
- 階段性任務交班

# 投資環境

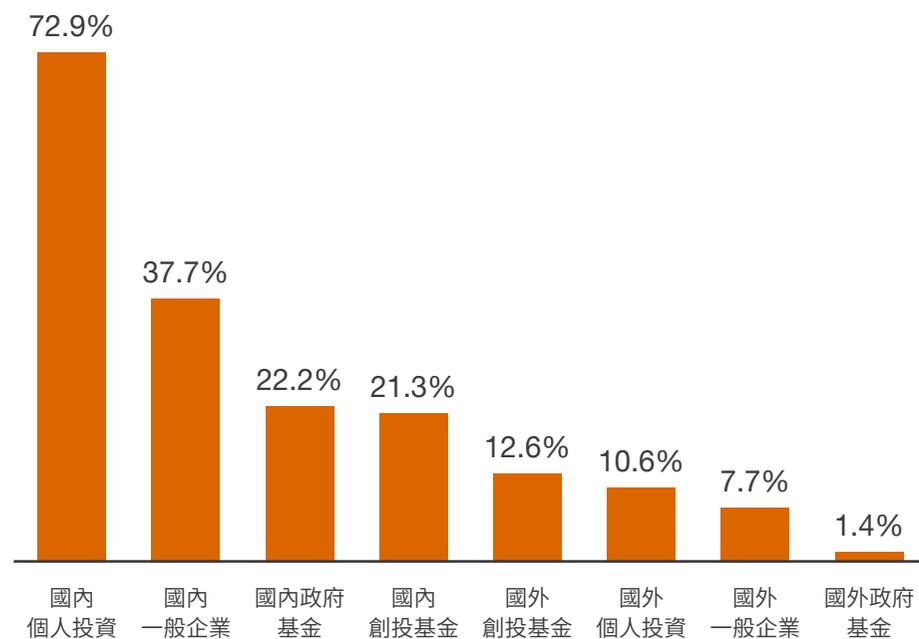
2



## 新創募資準備與募資選擇

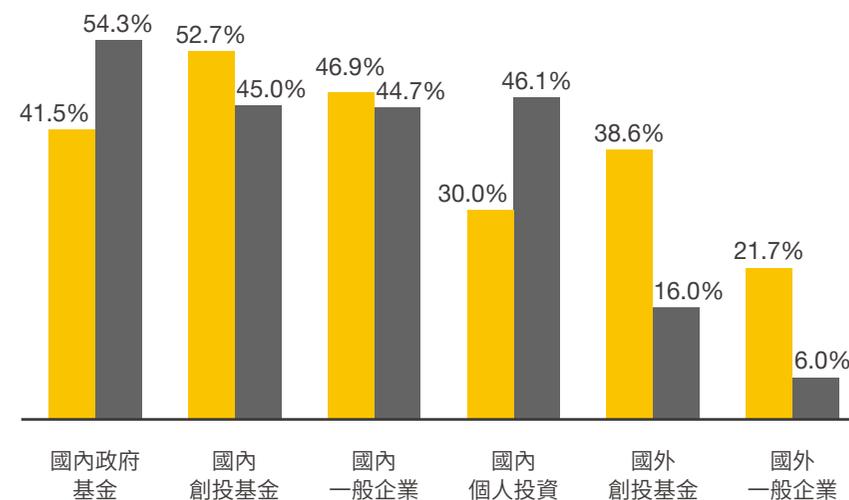
今年受調查新創中，已有募資經驗或準備中高達七成。新創的資金來源以「國內個人投資 (72.9%)」的占比居首，其次為「國內一般企業 (37.7%)」；有募資經驗的新創下一輪募資的首要考慮對象為「國內創投基金 (52.7%)」，無募資經驗的新創則是以「國內政府基金 (54.3%)」為主。

調查中發現新創募資對象都是以國內投資者或者創投為主，顯示國際資金的媒合可以是未來生態圈內政策或者中介機構可以努力的方向。



Q：請問您的企業目前有以下哪些類型的投資者？(複選題)

樣本數 = 207



■ 有募資經驗 ■ 無募資經驗, 準備中

Q：請問您下一輪募資會考慮的募資對象為何？(複選題, 至多三項)

樣本數 = 489

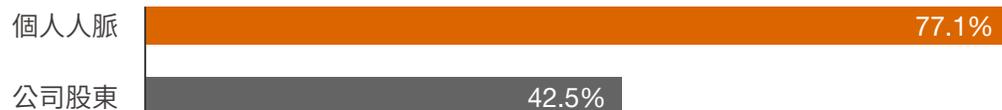


### 個人人脈與聚落活動有助促進新創與投資者互相了解

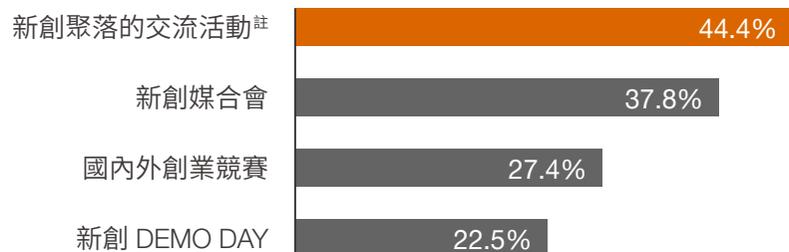
今年度新創調查發現，個人人脈是新創最常接觸投資人的管道之一 (77.1%)，而新創聚落的交流活動、媒合會、創業競賽等創業活動則是新創累積關係資本的重要場合。因此，創業活動的交流可多設計「深度對談」環節，為新創與投資者創造溝通機會，同時加速新創累積人脈。

新創募資管道與創業階段的交叉分析則顯示：種子期團隊認為「新創聚落的交流活動」、擴充期團隊認為「透過公司股東再介紹」最具有效益。

### 關係資本



### 創業活動

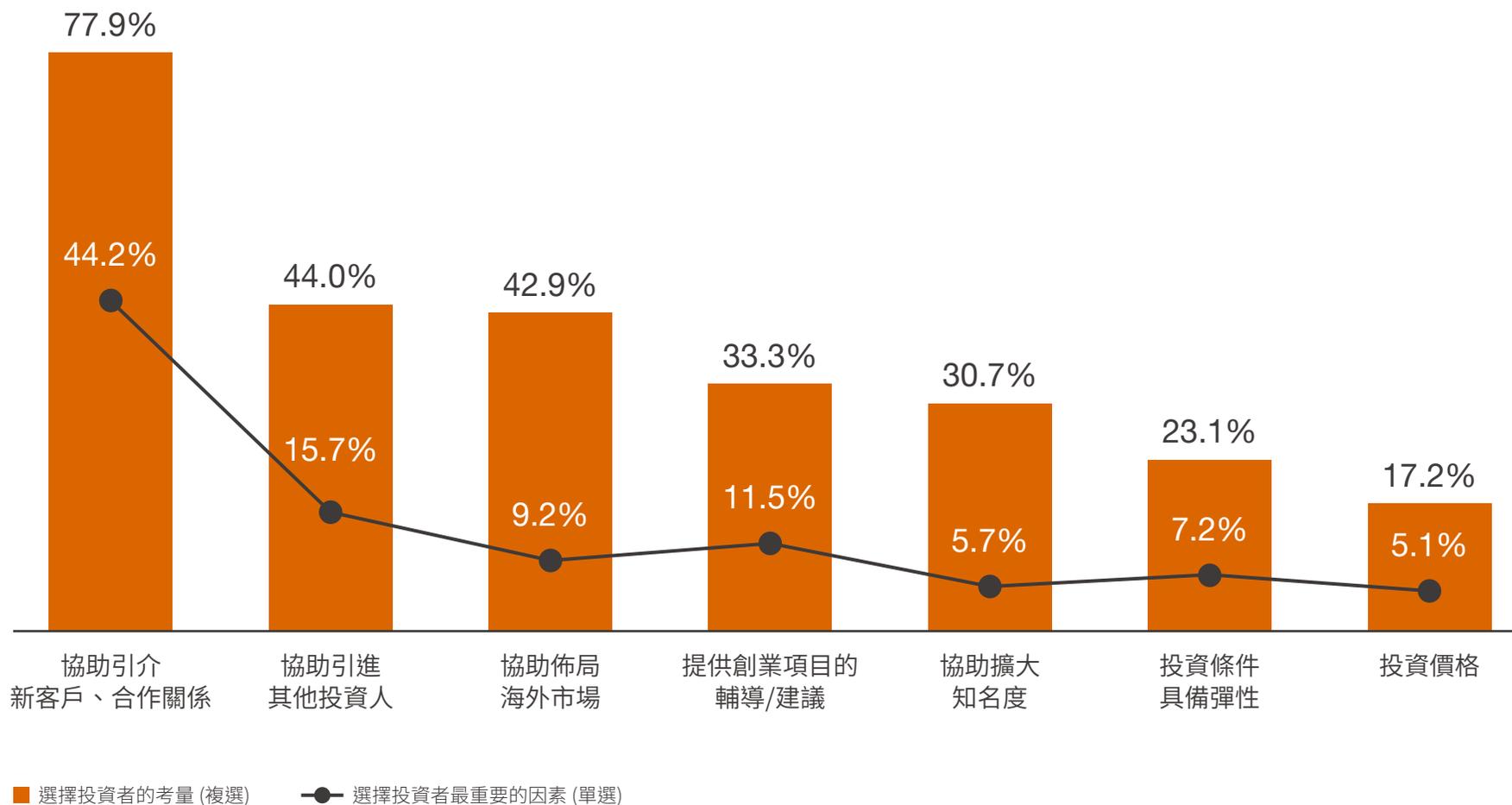


Q：請問，您經常透過哪些管道接觸投資人？(複選題) 樣本數 = 489

註：新創聚落的交流活動，如創業課程、講座、展覽

### 新創重視投資者者網絡對擴展客群與募資的效益

新創對投資者的期待除了「引進資金」之外，其主要考量的前三項分別為「協助引介新客戶、合作關係 (77.9%)」、「協助引進其他投資者 (44.0%)」與「協助佈局海外市場 (42.9%)」。



Q1: 請問您選擇投資者的前三項主要考量為何? (複選題, 至多三項)    Q2: 承上題, 上述勾選的項目中, 您覺得最重要的為何?  
 樣本數 = 489

## 拿創投資金前 新創應了解自己的「客戶價值鏈」

董軒宇提到，新創與企業合作最常見的挑戰，便是企業內部的不支持。尤其在環安衛領域，因為長期被企業視為「理所當然」，因此落入管理的窠臼，反而忽略了精進與轉型的必要，一旦出現這樣的理解落差，導入服務就會變得相對棘手。

另一方面，台灣企業很喜歡「內部解決」，因此威煦軟體也曾遇過企業表示要讓內部 IT 人員自己來做，但有鑒於環安衛管理並非一朝一夕之事，包含持續性的更新維護，對於身上還有其他業務的公司 IT 人員來說，要開發一個堪用的系統實則相當困難。董軒宇提到，遇到這種誇下豪語要自己開發的企業，通常不下 2 年就會回過頭來重啟與威煦軟體的合作。

近年來由於 ESG、淨零排放等議題已從過去的 nice to have 轉變為 must have 的趨勢，因此對於威煦軟體而言，2022-2030 將會是關鍵年份。董軒宇認為，新創想要做 B2B 市場，要明白產品最大的價值是理解客戶、解決痛點，而非關注於系統有哪些厲害的功能。

因此威煦在尋求企業客戶合作的過程中，不會將市場看成「台灣」、「國際」區分，而是更關注於對永續、環安衛、ESG 議題具有一定程度 mindset 的公司。董軒宇表示，威煦自創業第

一天起，關注的是公司如何創造價值、如何獲得收益；面對現階段以及接下來的國際資本市場環境，所有事情的本質還是回到一間新創企業是否提供客戶價值，新創公司本應在取得創投資金之前，先把自己公司的「客戶價值鏈」理清楚、想明白，專注營收本就是經營公司最基本的事。

董軒宇呼籲，創投的錢僅能協助新創加速發展，不能幫助新創從無到有，因此在募資前先把價值鏈梳理清楚、標準化，如此一來募來的資金才有辦法發揮關鍵作用。一旦創業者能清楚知道公司價值鏈長什麼樣子，便能夠更加精準地運用資金、知道應加強何處，而不是挖東牆、補西牆，或是在不對的地方添柴火，最終落得浪費資源、失去主控權等下場。

董軒宇提到，此次疫情剛好給了市場反思的機會，讓新有機會去完整化價值鏈，更關注公司體質、創造營收，創投亦能藉此更務實、從本質評估新創團隊。



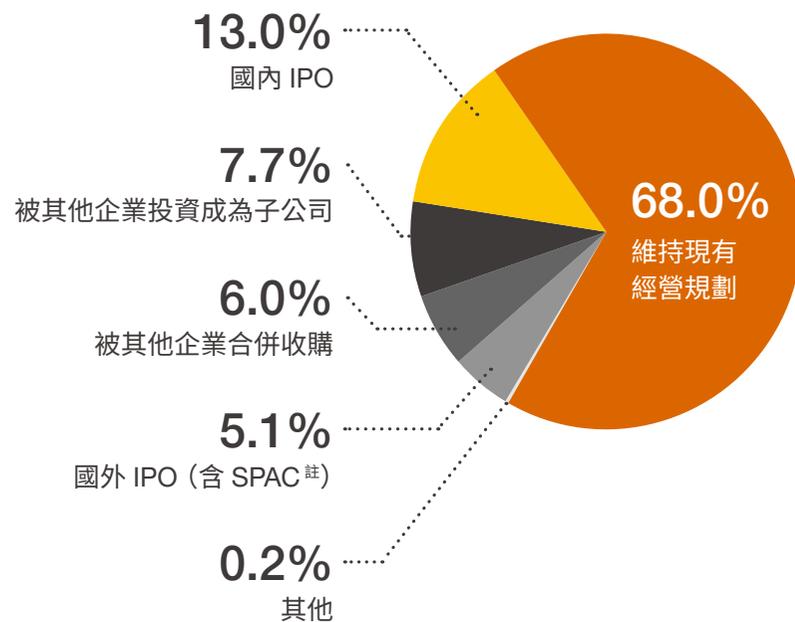
董軒宇

威煦軟體開發有限公司 執行長



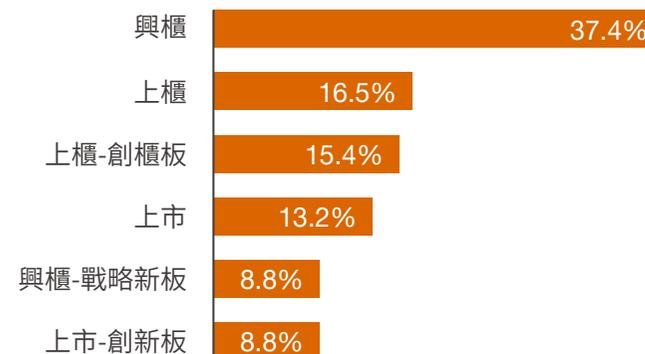
## 新創多以IPO作為其投資者出場規劃

新創未來的願景規劃，近 1/3 在未來 1-3 年將進行 IPO 或合併收購之規劃，其中 18.1% 規畫進行國內外 IPO，「國內 IPO(13.0%)」則以「興櫃」為主要板塊，去年推出之「戰略新板」與「創新板」可能因市場熟悉度不高，而選擇較低；國外則以美國為主要的 IPO 國家，其次則為日本。



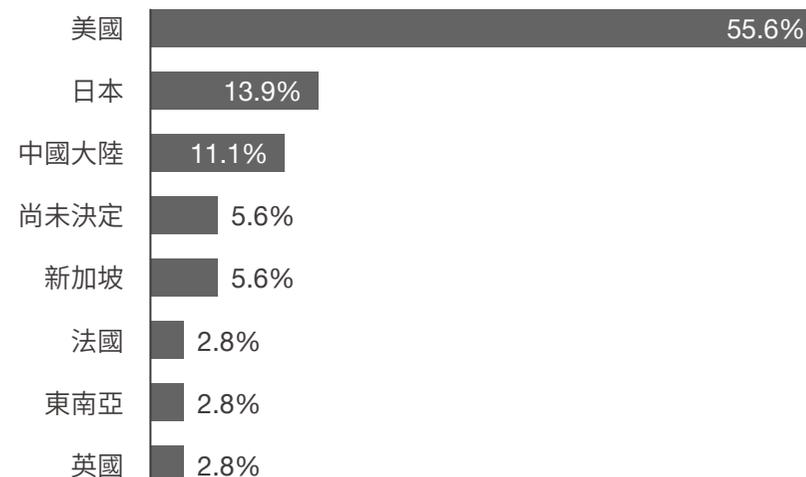
Q：請問您對目前創業項目未來階段性（1~3 年）的願景規劃？ 樣本數 = 700

註：SPAC (Special Purpose Acquisition Company)



Q1：請問您於國內「首次公開發行 (Initial Public Offerings, IPO)」會選擇哪個市場？

樣本數 = 91



Q2：請問您國外「首次公開發行 (Initial Public Offerings, IPO)」會選擇的國家？

樣本數 = 36

## IPO非終點 重點在於能創造永續價值

新創「出場」一直是資本市場關注的議題。一般而言，新創出場的機制主要以：併購 (M&A) 及首次公開發行 (IPO) 為主。2021 年起，台灣多家新創陸續在國內外掛牌，包括前進日本的沛星科技 (Appier)、赴美 NASDAQ 以 SPAC 上市的睿能創意 (Gogoro)，以及在櫃買中心掛牌的九易宇軒 (91APP)。這些成功的 IPO 案例，成為投資台灣新創的誘因，也為台灣新創打強心劑，已有不少台灣新創宣布短期內將朝 IPO 目標邁進。

陳五福表示，觀察台灣很多企業在掛牌後，多只強調：營運生存，但新創要瞭解，IPO 真正目的在於為公司增加 credibility，並於資本市場取得比較便宜的營運資金。亦即，IPO 的目的在於要能創造更高永續價值。

在 PwC 針對台灣新創生態圈大調查多年所做的研究，IPO 是台灣新創較感興趣的出場方式，但 IPO 也是台灣唯一的出場方式嗎？其實不然，在美國，反而有更多的新創企業選擇被大企業併購。陳五福笑說，當初他所創立的企業接二連三被併購，也有人打趣地問他「是不是做不下去了？」，一語道出台美兩地的文化差異。

陳五福直言，台灣新創文化有很大一部分受到傳統企業的思維影響，總認為創立公司就是一輩子的責任，但矽谷勇於將失敗當做一種經驗，當然同時也樂於接受「被併購」，他們當作是一種契機，因為透過併購，反而能夠站在大企業的巨人肩膀上，更快進入市場，創造更高的利潤。

面對企業購併，台灣創業系統要很大的改變。首先要先從教育著手，讓創業團隊瞭解，購併並非企業經營的失敗，反而是讓團隊有機會站在巨人的肩膀上，能建立更大、更廣的營運視野。

此外，面對國際企業的購併，創業團隊本身的技術能力要夠深，才會被國際級企業所看重，進而提出並進行購併的可能。最後，台灣在購併法規上可以再放鬆，除某些具有技術機密領域，很多領域的購併，基本上建議可以採事後報備的方式，如此也可以讓台灣的購併市場更為活絡。



陳五福

橡子園顧問有限公司 董事長

## 「臺灣創新板」力助新創企業加速上市籌資

### 參與產業創新轉型的關鍵時刻

為加速臺灣產業轉型升級，政府推出之「5+2 產業創新計畫」包括智慧機械、亞洲矽谷、綠能科技、生技醫藥、國防戰略、新農業及循環經濟等領域發展，打造以「創新、就業、分配」為核心價值及追求永續發展的經濟新模式。行政院前於 2018 年提出「優化創新性事業投資環境方案」，金管會也於 2020 年 12 月發布資本市場藍圖，規劃開設創新性新板，以強化發行市場功能，支援實體經濟發展。

近年來，臺灣新創發展實力已漸成熟且備受國際肯定，臺灣證券交易所（簡稱證交所）秉持扶植創新產業的育成初衷，創設「臺灣創新板」業於 2021 年第 3 季開板，積極協助創新事業提早進入資本市場上市籌資，期許透過資本市場的力量，激發產業創新風氣與能量，形成產業創新聚落，驅動下世代核心產業發展，為經濟成長注入新動能。

### 優化上市法規環境、完善多層次籌資管道

創新板是上市主板，證交所致力打造「創新企業上市新聚落」，透過友善便捷的籌資機制、招商與市場服務等積極作為，吸引擁有關鍵核心

技術、創新能力或創新經營模式的企業加速進入資本市場。考量新創企業營運特性及經濟實質，創新板上市條件以「市值」為核心，取消獲利要求，透過簡易公開發行及承銷商持續推薦制度，協助企業完善內控內稽制度及法令遵循，具簡化上市成本及加速上市籌資的功能。並由專業投資人給予合理估值評價，期能創造出高本益比的特色板塊，將創新板打造成為亞太地區創新事業的上市新品牌。

### 打造「創新+永續」的上市新品牌

「臺灣創新板」的定位，主係發揮資本市場扶植創新企業成長茁壯的育成功能，協助創新公司提升知名度、創造企業價值與競爭優勢；並具支持產業轉型升級的政策目的，期能帶動創新創業或附屬產業鏈發展，共構核心戰略產業新局。

臺灣資本市場產業多元，其中資通訊 (ICT) 產業市值逾 6 成，供應鏈完整且深受國際市場認同，若運用 IT 豐沛人才及技術等優勢，透過產業整合及驅動創新，將資源重新配置，由硬體製造延伸至軟體服務，積極朝向數位經濟發展，將創造及滿足更多型態的新經濟需求。同時，證交所也鼓勵創新企業落實永續治理架構及健全

經營策略，由科技衍生創新，再以創新協助環境永續發展，不單單做到上市企業、商品的永續，而是建構整體資本市場的 ESG 生態系。

### 匯聚資本、提升價值

證交所支持新創公司邁向上市之路，藉此帶動新投資及推升產業發展層次，證交所將持續整合內外資源，積極推廣創新板，包括擴大品牌宣傳、活絡交易量能、多元招商引資、鏈結媒合商機、完善市場溝通、適時檢討訂定更為合宜的上市條件及調整投資人限制等，以活絡創新板。

證交所也將與中介機構及新創生態圈加強合作，把好公司留在國內資本市場，匯聚新創及創新公司掛牌，提高企業價值，豐富台股投資組合，進而帶動新經濟產業的正向循環，強化證券市場韌性，培育未來的護國群山，讓臺灣成為全球經濟的關鍵力量。



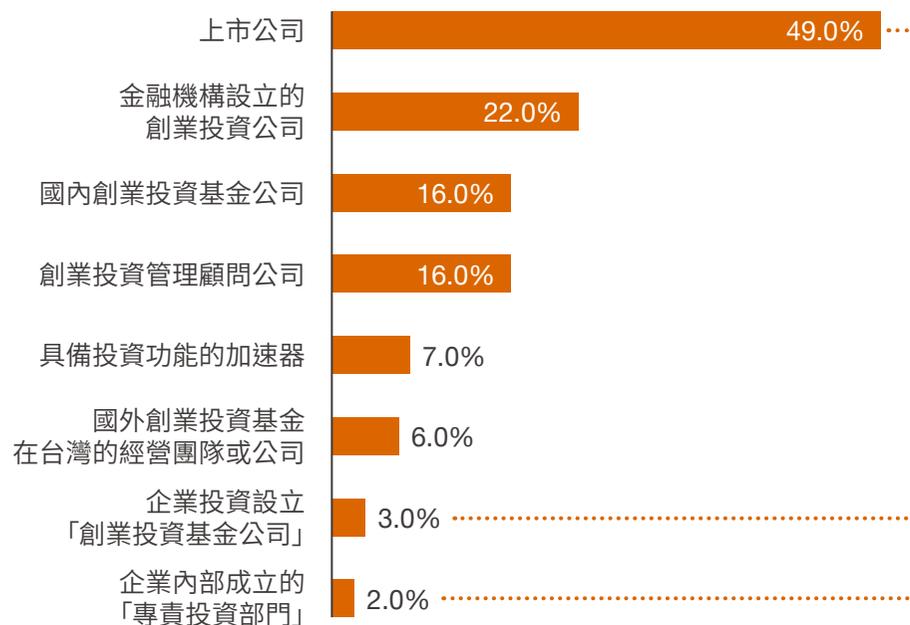
簡立忠  
臺灣證券交易所 總經理



## 投資者調查

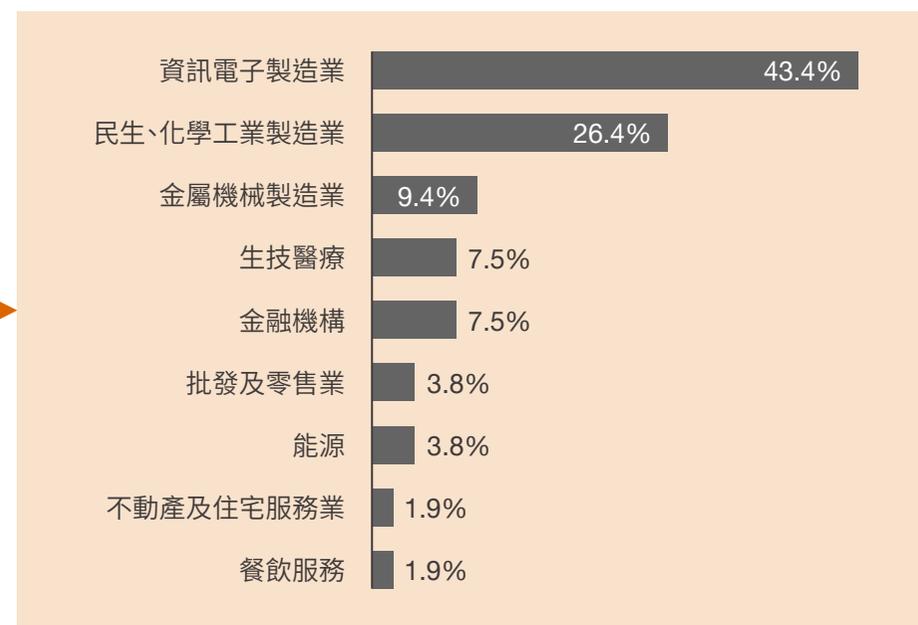
### 樣本組成：創業投資機構成員多元，企業開始投資新創開展商機

此次投資者調查樣本，49.0% 受訪的投資者為上市公司，而企業也是國內一般創投的主要股東，顯示當企業發展到一定規模上市，多已開始借重外在創新能量提升企業體質，如參與新創投資。



Q：請問貴機構的角色是（複選題，實際行為 / 不限制選項）？  
樣本數 = 100

此次調查對象的產業別分布以「資訊電子製造業 (43.4%)」最多，其次則是「民生、化學工業製造業 (26.4%)」、「金屬機械製造業 (9.4%)」等製造業者。



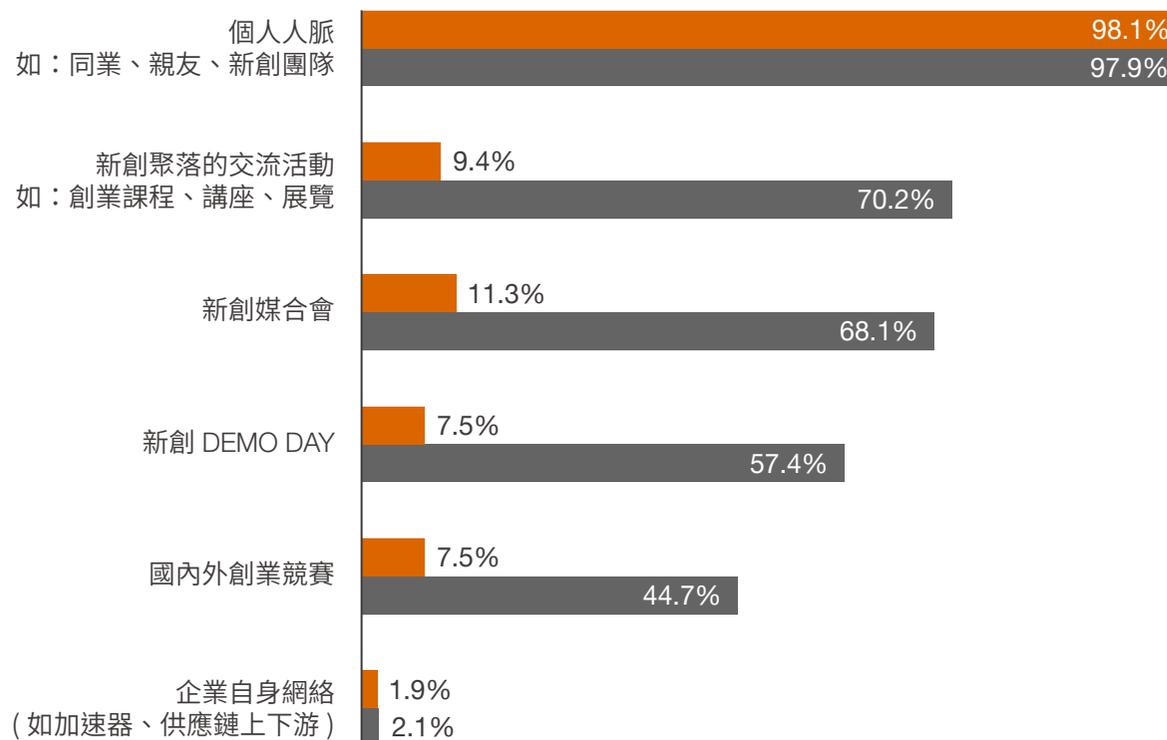
Q：請問貴機構的母公司屬於哪個產業（複選題，實際行為 / 不限制選項）？  
樣本數 = 53

## 投資管道：一般創投尋找潛力新創的管道多元化，企業創投則相對仰賴人脈介紹

今年度兩份調查皆顯示，個人人脈是媒合、募資有效管道之一，但是值得注意的是，一般創投廣泛地從人脈、創業活動觀察生態圈的動態、找尋潛力新創，企業創投則是高度專注從個人人脈找尋潛在標的。

企業創投本身代表企業在財務投資之外，亦有透過新創找尋母企業未來的發展方向、產品服務創新或者轉型，因此尋找投資標的時相對低調。

根據實務觀察，企業創投較偏好一對一的封閉式面談，因此新創若想找尋兼有資金與企業資源的投資者，建議需考慮採取人脈介紹的相關途徑。



■ 企業創投 (CVC)    ■ 一般創投 (VC)

Q：貴公司透過哪些管道掌握「新創團隊 / 投資潛在標的」？(複選題，實際行為 / 不限制選項)

樣本數 = 100

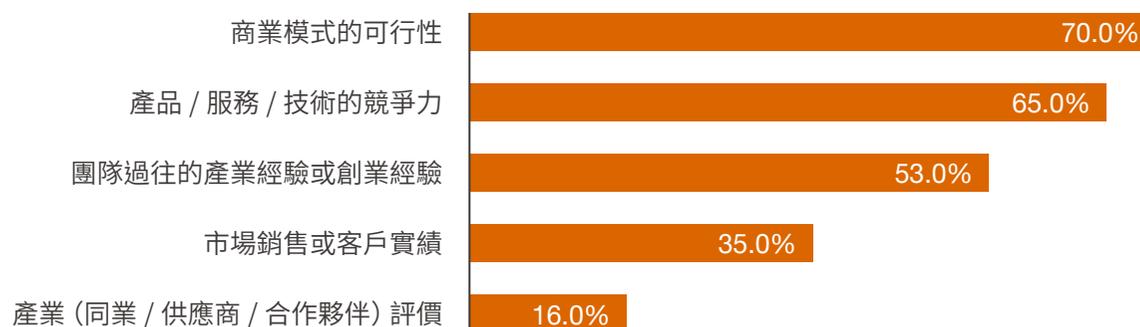
## 投資決策：評估新創成長潛力時，投資者首重商業模式可行性

投資者調查顯示，「商業模式的可行性 (70.0%)」是投資者判斷新創是否具備成長潛力的首要指標，其次則是「產品 / 服務 / 技術的競爭力 (65.0%)」。因此，新創在 demo day 或是 pitch 的場合，應思考如何以「商業模式」證明成長潛力，以贏得投資者的青睞。

在評估投資計畫時，新創業務可與母公司整合、佈局新技術、新產品或新市場 (客戶)、團隊經營能力、潛在報酬率、機構或基金的整體投資策略是最重要的五大投資評估指標。

進一步分析，「新創事業的業務是否能與母公司整合 (75.5%)」是企業創投高度重視的項目，一般創投則是相對重視「新創團隊經營能力 (53.2%)」與「佈局新技術、新產品或新市場 (51.1%)」等。

### 成長潛力指標



Q：請問，根據您的觀察，判斷一家新創企業「未來是否具備成長潛力」，以下哪些是重要的指標？(複選題，至多三項) 樣本數 = 100

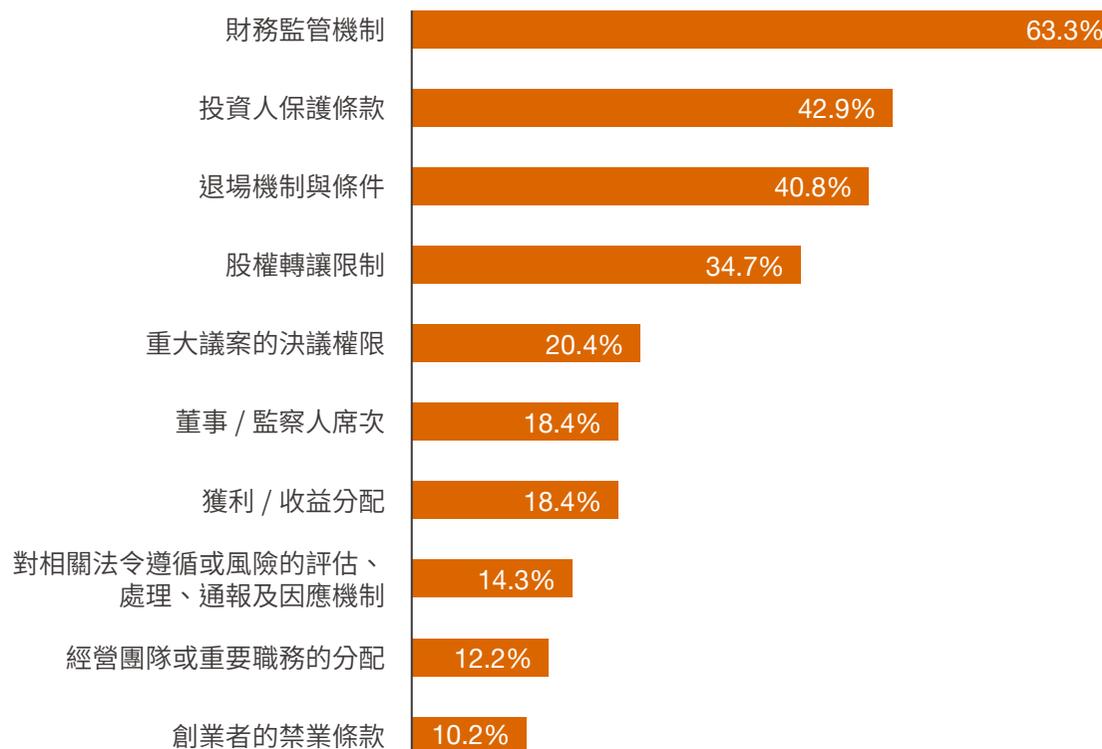
### 投資評估指標

評估指標 / 面向	整體	一般創投	企業創投
1 新創事業的業務可與母公司整合	47.0%	14.9%	<b>75.5%</b>
2 佈局新技術、新產品或新市場 (客戶)	43.0%	<b>51.1%</b>	35.8%
3 新創團隊的經營能力，如財務、業務、行銷	38.0%	<b>53.2%</b>	24.5%
4 預估潛在報酬率高	26.0%	27.7%	24.5%
5 機構或基金的整體投資策略	23.0%	25.5%	20.8%

Q：請問，除了上述「未來成長性」，貴機構在評估投資計畫時，還有哪些「重要」的評估指標 / 面向？(複選題，至多三項) 樣本數 = 100

### 投資合約：合規及明確合約的內容，提升新創與投資者的互信

投資者調查發現，投資者最重視的前五大權利條件依序為：財務監管機制、投資者保護條款、退場機制與條件、股權轉讓限制、重大議案的決議權限。



Q：貴機構與新創事業 / 團隊簽署投資合約時，特別重視那些權利 / 條件？(複選題，至多三項) 樣本數 = 49

註：財務監管機制：如定期提供財報、查帳權

投資者保護條款：如優先清算權、反稀釋條款、優先認購、最惠待遇

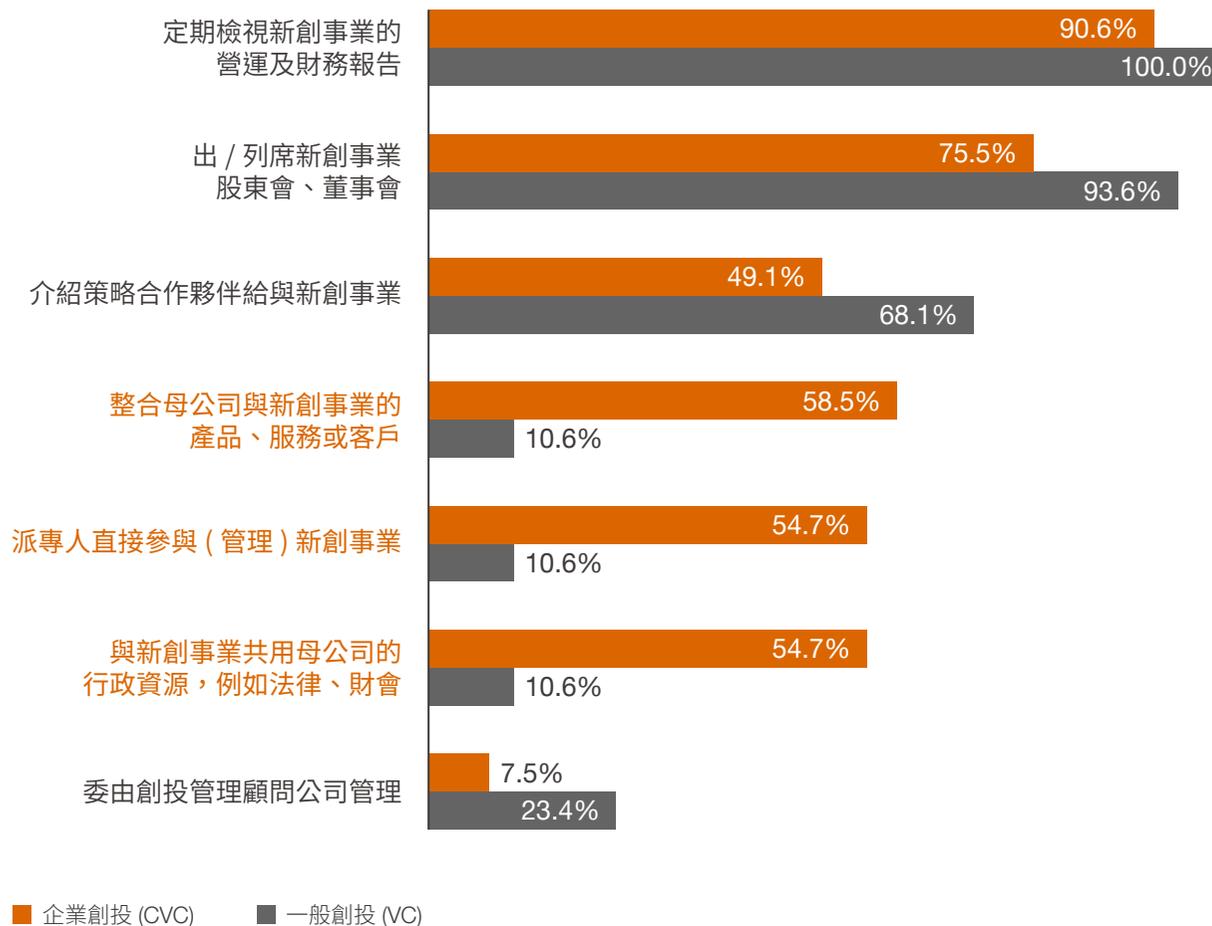
退場機制與條件：如贖回權、共售權、託售權

## 投後管理：聚焦財務績效，參與資源整合

投資者調查發現，投資者進行投後管理的做法中，多以「定期檢視新創事業的營運及財務報告」、「出 / 列席新創事業股東會 / 董事會」、「介紹策略合作夥伴給與新創事業」為主。

進一步分析發現，一般創投多屬於財務型投資，因此在管理層面較著重新創的經營績效與營運獲利，對經營管理的參與度偏低。而企業創投因帶有策略性投資的成分，投後管理除了整合母公司與新創的產品服務，亦會選擇派專人直接參與（管理）新創事業，甚至與新創共用母公司的行政資源。

因此新創面對投資者時，除了取得資金，也應思考不同投資者對企業營運的參與度及期待，並評估此差異對企業發展的可能影響。

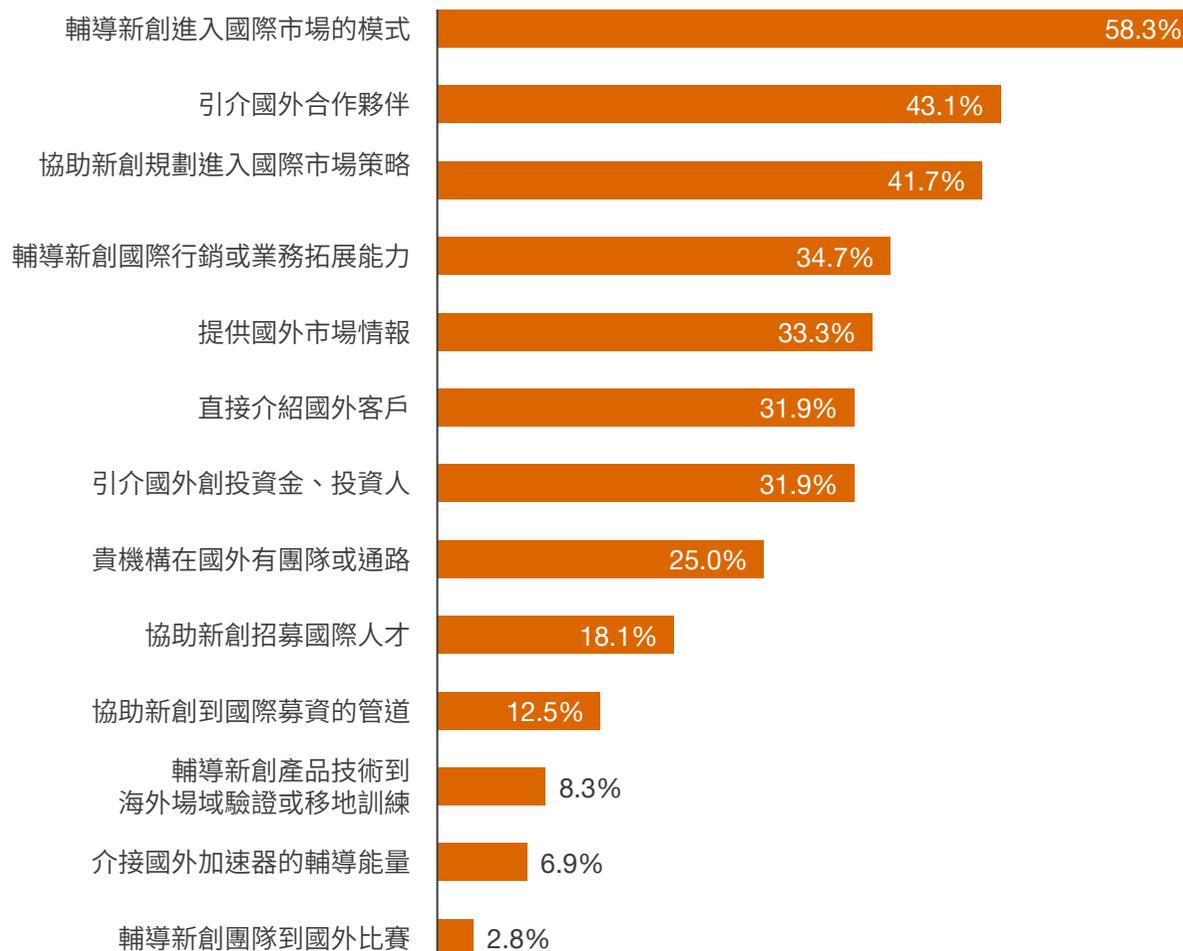
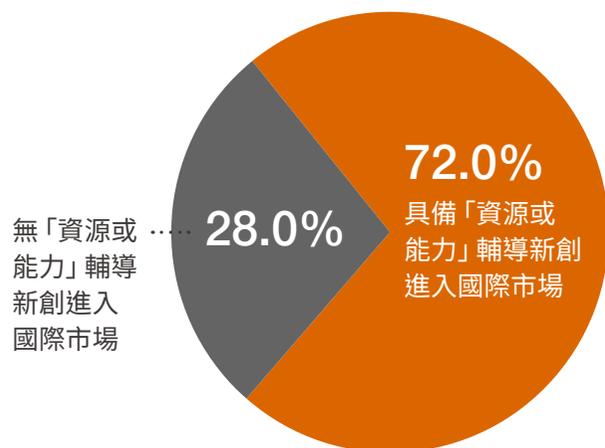


Q：請問，在投資新創事業 / 團隊後，貴機構如何管理？（複選題，實際行為 / 不限制選項）  
樣本數 = 100

## 「投資帶合作」的投資模式，成為雙方的共同期待

新創調查發現 81.9% 新創有意往海外發展，而根據投資者調查，72.0% 投資者有資源或能力可協助新創進入國際市場，其中「輔導新創進入 / 規劃國際市場的模式 (58.3%)」、「引介國外合作夥伴 (43.1%)」、「協助新創規劃進入國際市場策略 (41.7%)」是投資者最常見的國際化資源。

「投資帶合作」的模式，應可有效協助將投資者的輔導機制、國際合作夥伴、策略規劃引導給新創，形成有效的國際化合作。



Q：貴機構具備哪些「資源或能力」可以輔導新創事業/團隊進入國際市場？(複選題，實際行為/不限制選項)  
樣本數 = 72

## 資本寒冬下對新創團隊的募資建議

新創目前面臨全球科技類股市值大幅修正 (50-75%)，通貨膨脹導致迅速升息的資本緊縮皆會影響新創的募資進展，但如同建築師 Wright 所言，「人類至今最偉大的建築，往往都是在限制最多的時候造出來的。」(The human race built most nobly when limitations were greatest.)，資源的限制，往往能迸發出更強的創造力和執行力。益鼎創投對新創團隊在資本寒冬中的募資提出三項建議：

- 1 向客戶拿錢遠比向股東拿錢更好：新創要持續優化產品及服務，確定客戶願意付錢，並且快速找到變現的商業模式，回到商業本質，你的客戶真的需要你的產品和服務嗎？如果客戶願意為你的產品和服務付錢，那你是不就不用向股東拿錢過冬，或是可以適時修正估值、縮小募資規模，快速拿到需要的資金。
- 2 向股東拿錢過冬之前，新創先確定已經準備好相當程度的組織瘦身：新創一定要確定最核心的項目，只要不是核心項目可以被割捨，如果新創連第一個產品和市場都還沒做好，就不要在資本緊縮時去規劃投入資源到第二、第三、甚至是第四個產品項目。新創向股東募資時，務必確認已經做了所有臃腫的刪減，而不是寄望向股東拿錢後還是一樣方式燒錢，新創公司最核心的項目需要的人數可能只有現在的 1/3 不到。
- 3 新創募資不只是為了過冬，應該加強核心項目的投資，從而拉大和競爭對手差距：新創募資時，向創投股東說明現在 burn rate 是多少、手邊還有多少現金、公司還可以撐多久，這些都不是重點，創投股東真正想知道，公司的核心項目是什麼，是否能藉由加強核心項目投資，拉大與競爭對手差距，創造公司最大價值。



楊宗亮  
益鼎創投 副總經理



陳建宇  
益鼎創投 協理



沈立平  
益鼎創投 協理

## 鼓勵聚焦的創新合作，以掌握典範轉移的創業契機

成功的企業轉型及機會型創業，大多源於業主的高度創業家精神，同時掌握到典範轉移的趨勢機會，審慎且有策略有紀律前進的結果。數位網路普及與數位平台為過去五年來帶動全球經濟生活行為轉變最為顯著的典範轉移，應可稱之為「數位經濟」典範，特別是在 Covid-19 疫情更加速人們生活型態的轉變；雖然後疫情、烏俄戰爭及通膨等經濟大環境不確定下，對新創的財務及資金挹注帶來了較大變數，但如果能夠掌握典範機會與審慎有紀律前進，還是會有相當大的成功機會。

這波數位經濟典範帶來的機會，預期將在許多既有的產業鏈，發掘出可提高效率、更有效解題的切入點，同時也可協助既有業者藉系統整合及資料應用，創造出更多的新產品與服務。這些，不但是企業轉型的機會，同時也是新創的機會型創業新興機會。

事實上，近期有些新創已在垂直應用掌握到這樣的新興機會，且持續前進中。例如，睿加科技 (AIPLUX) 以化解企業跨境 IP 申請耗時耗人力的

議題為標的，專注於將 IT+AI 技術整合其原有的 IP 法律專業，提供企業跨境 IP 申請服務，以大幅提高企業跨境 IP 申請效率，除掌握到全球跨境 IP 申請需求外，未來還有機會擴展出更多的 IP 服務。又如，映瀚科技 (GoFreight) 則是發現到貨運承攬業者 (freight forwarder) 須耗費相當的人力輸入訂單，缺乏跨境解決方案，而建立起一套垂直 SaaS 的雲端管理服務平台，協助業者解決貨物流通的每個環節，包括提貨、出口報關、海空運、進口報關、送貨等，相當有機會擴張到全球更多的國家。

另外，由於數位技術與網路普及，加上 IoT、感測器等技術的日益成熟，也提供原本的硬體業者進行軟硬整合，推出新產品服務的機會。例如，在 2021 年 Covid-19 疫情期間，醫療資源如何有效率與有效利用，即成為醫院重症病房的重要議題；圓展科技以其原有視訊鏡頭為基礎，與亞東醫院及遠傳合作，除開發出醫療級 PTZ 攝影機外，還結合 AI 及軟體系統整合，建構出「重症戰情室」及「5G 救護車」，可遠距自動量測傷口，以協助醫師觀察病人及提供遠距

醫療。這些解決方案，正好協助緩解亞東醫院疫情高峰時照護重症的壓力。

從這些個案，可發現除在垂直應用提出解決方案外，更可以發現它們都整合專業與技術創造新商業模式，且都與既有產業鏈業者合作。開放創新合作以創造價值，邁向成功新創的路徑上。

不過，除了要積極掌握這波新興機會外，在創業時，也需注意到紀律，對趨勢做審慎評估判斷。例如加拿大的 Shopify 線上開店平台，其營運模式係提供金流，物流或行銷等工具，協助商家開創個性化、並應用資料銷售的電商。2020 年，隨著全球疫情的攀升，各國採行停工、封城、隔離進行防疫，Shopify 線上開店平台，正好可解決中小型商家無法實體做生意的困境。後來，Shopify 也在 2020 年及 2021 年隨著疫情升高，偏離原本路徑，加速擴張；不過，到了 2022 年，隨著全球疫情趨緩，才發現到當初隨著疫情所作積極擴張，實在是對於疫情影響太過樂觀，而發生虧損且需大量裁員。

2021 年底起，諸多國際政經變數影響，經濟開始有下行風險，全球投資者對新創的資金挹注開始趨緩，許多新創在財務上也趨嚴謹與保守。但是，在這樣的趨勢下，數位經濟典範依然會持續演進與催化，為新興機會型創業的發展持續提供成長潛能。

當國際投資者與新創開始趨於保守時，正好也提供台灣掌握到這波數位經濟創業機會新創拓展市場、投資與併購國際具潛力新創的好時點。在此同時，更應積極透過聚焦與策略性的媒合活動，協助國內已掌握市場趨勢機會的新創，結合具國際市場經驗創投與企業合作以進入國際市場。



林欣吾

財團法人台灣經濟研究院 副院長



# ESG 年度專題

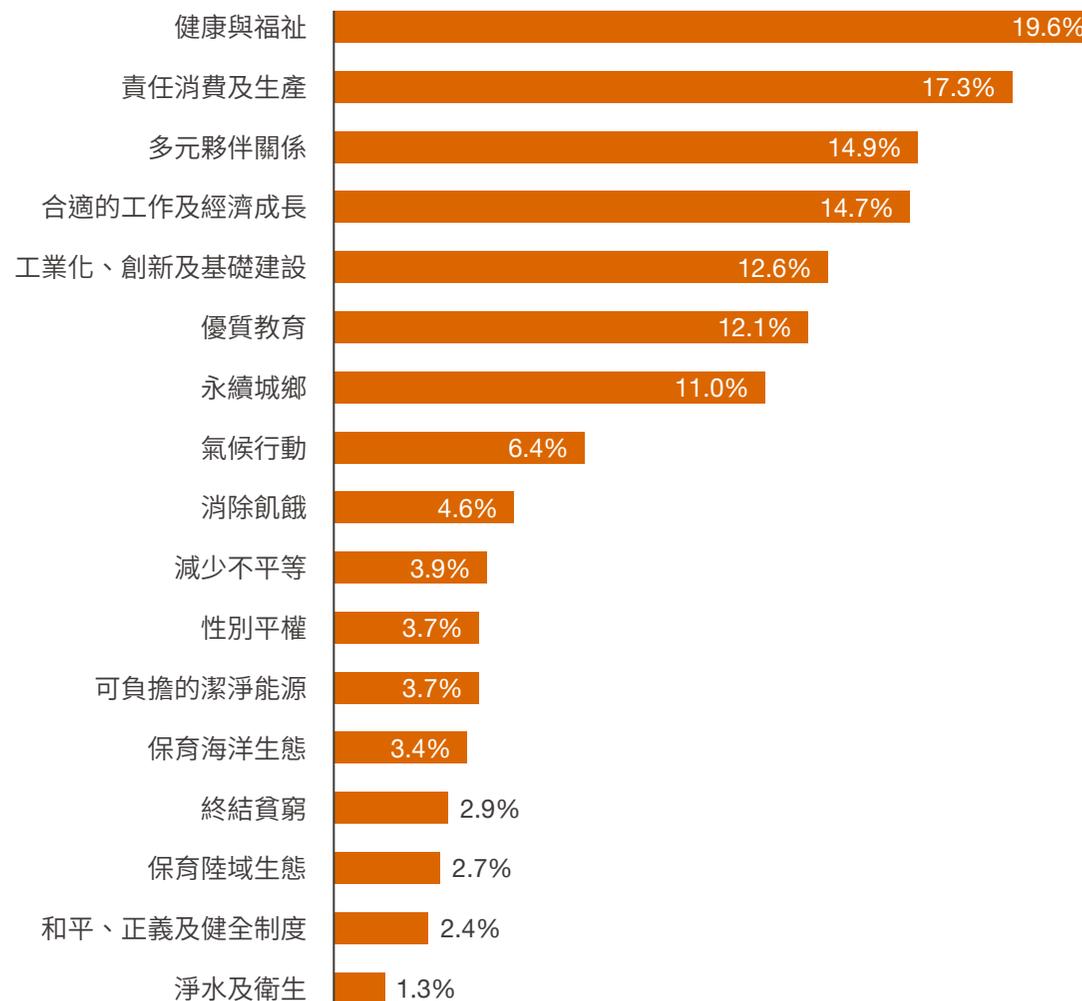
# 3



## 新創與 ESG

### 創業選題關聯性：超過六成創業議題與 ESG 相關，淨零排放趨勢下新創已有所因應與準備

在 ESG 已成商業環境主流趨勢的當下，這個浪潮對新創產生了哪些影響？新創調查指出，67.3% 新創的創業題目與 SDGs 議題相關，前五大議題為「健康與福祉 (19.6%)」、「責任消費與生產 (17.3%)」、「多元夥伴關係 (14.9%)」、「合適的工作與經濟成長 (14.7%)」、「工業化、創新及基礎建設 (12.6%)」。

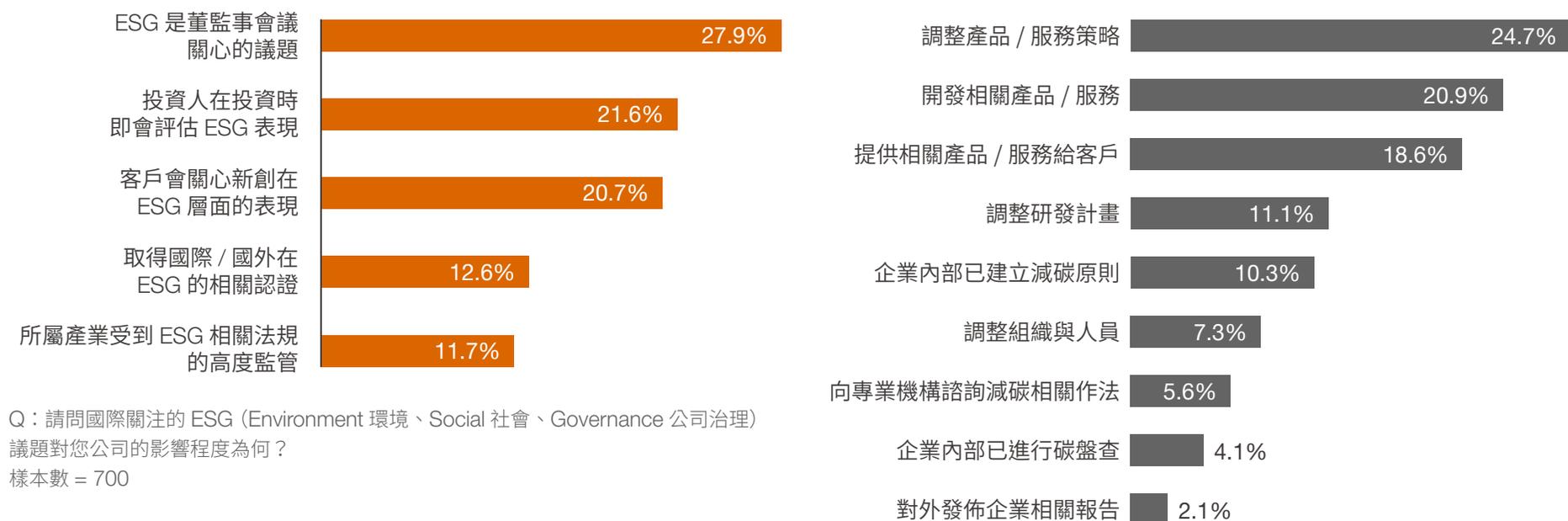


Q：請問您在創業項目推動的產品、服務、技術或營運相關活動，與以下哪些議題有關？  
(複選題，實際行為 / 不限制選項) 樣本數 = 700

## ESG驅動力：內部董監態度，驅動新創對ESG議題的關注與投入

新創調查發現新創對於 ESG 議題的投入，主要驅動力來自於企業內部董監事所關心的議題 (27.9%)，其次則是投資者 (21.6%) 與客戶 (20.7%) 對新創的關注。

而內部董監事、投資者與客戶對於 ESG 的專注也促使新創採取因應措施。針對淨零排放趨勢最常見的行動或策略有「調整產品 / 服務策略 (24.7%)」、「開發相關產品服務 (20.9%)」以及「提供相關產品 / 服務給客戶 (18.6%)」，可以了解新創面對 ESG 的浪潮下，主要係以其公司之產品 / 服務主軸，制定因應行動與策略。



Q：請問國際關注的 ESG (Environment 環境、Social 社會、Governance 公司治理) 議題對您公司的影響程度為何？  
樣本數 = 700

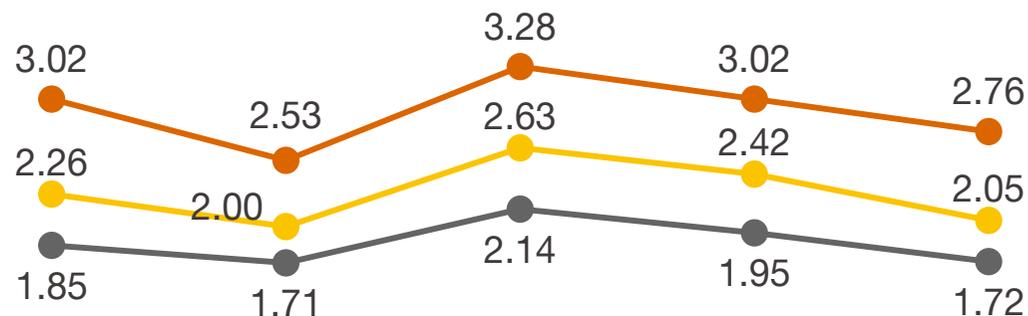
Q：在淨零排放的趨勢下，請問貴公司採取了以下哪些行動或策略？(複選題，至多三項)  
樣本數 = 700

## ESG實踐：淨零排放的積極氛圍，引導新創重視ESG

當金融機構、投資者已將 ESG 變成標準或投資準則，ESG 繼而成為企業營運的必修課，在這浪潮下可預見各領域新創勢必會受到不同程度的影響，進而展現在企業重視、認知、行動差異上。

為呈現國內新創受影響的程度差異，從新創調查「投資者在投資時即會評估新創 ESG 表現」、「新創所屬產業受到 ESG 相關法規高度監管」、「董監事會議關心的議題」、「客戶會關心新創在 ESG 的表現」及「取得國際/國外相關認證」的評分，進行統計上的距離分群分析。結果顯示各領域新創可顯著分為領先、積極、追隨等三大群，所謂領先群指的是受 ESG 浪潮影響較大的新創，企業內部相對重視該議題；積極群則是受影響而重視 ESG 的程度居中，追隨者受影響而重視的程度低於前兩者。

領先群的新創多數與淨零排放領域較相關，可知淨零排放這類國際議題的發展趨勢，已讓潔淨科技/循環經濟、數位健康/運動科技、新能源等國內新創積極採取行動，投入 ESG 的議題，提供產品或服務。隨著時間經過，ESG 議題可能會促使零售科技、金融科技、教育科技、運輸科技等積極群新創，開始重視 ESG 相關議題。



投資人評估

產業監管

董監事會議  
關心

客戶關心

國際認證

### ● 領先 (6)

潔淨科技 / 循環經濟  
數位健康 / 運動科技  
新能源 (含儲能、能源管理)  
新食品  
智慧農漁牧科技  
智慧城市 / 政府科技

### ● 積極 (11)

零售科技 / 電子商務  
運輸科技 / 電動車 / 車聯網  
新材料 / 高附加價值材料  
第五代行動通訊 (5G)  
教育科技  
區塊鏈 / 加密貨幣  
消費性電子產品  
金融科技  
企業服務 (CRM、MarTech...等)  
太空科技  
人工智慧 AI / 大數據 Big Data

### ● 追隨 (12)

數位媒體 / 廣告 / 行銷科技  
影視音娛樂 (含遊戲)  
資訊安全  
無人機  
智慧製造  
社群媒體與通訊軟體  
延展實境 XR(AR/VR/MR)  
生技醫藥 / 醫療器材  
民生商品零售 / 批發  
民生娛樂服務 / 餐飲  
文化創意  
元宇宙

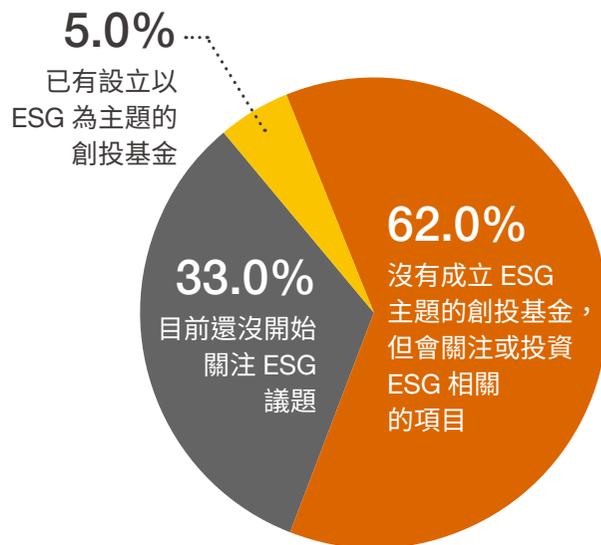


## 投資者與 ESG

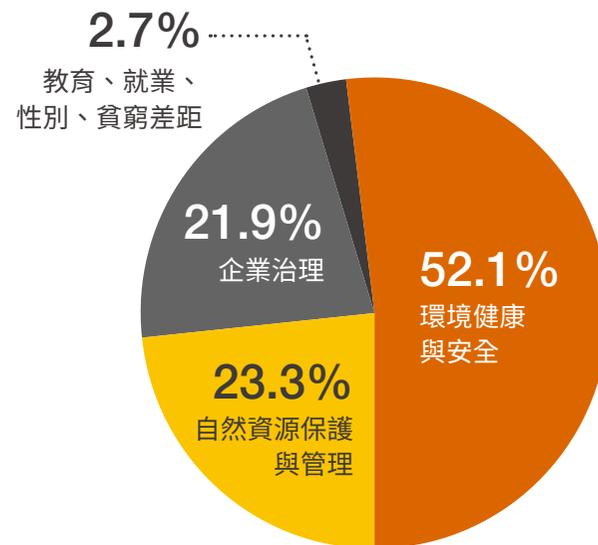
### 投資者已對ESG投資採取行動，未來投入意願高

今年度的投資者調查發現

- 67.0% 投資者已經設立主題基金或關注 ESG 相關的項目，在未來 2-3 年，73.0% 投資者會投資或關注 ESG 議題
- ESG 投資最關注「環境健康與安全 (52.1%)」，其次是「自然資源保護與管理 (23.3%)」



Q：貴機構對於 ESG 新創事業的投資態度？  
樣本數 = 100



Q：請問，在以下 ESG 的新創投資領域中，貴機構最關注的領域為何？  
樣本數 = 73

### 投資者已投入減碳相關的新興科技領域，新創可作為創業選題參考

新創調查顯示，2022 年創業關鍵字仍以人工智慧 / 大數據等數位科技應用為主，減碳相關領域也逐漸萌芽，潔淨科技排名第 12 名、新材料 / 高附加價值材料排名第 17 名、新能源 ( 儲能、能源管理 ) 則是第 19 名。

投資者調查則反映出創業投資機構的已投資領域主要是數位科技應用，以及政府大力推動的領域，如：生技醫藥、人工智慧 / 大數據、智慧製造、零售科技 / 電子商務、新材料 / 高附加價值材料等。

比對已投資領域與今年度的創業關鍵字，創業關鍵字的前十大中有六項進入已投資領域。新創或有心創業者，或可參考此投資趨勢，作為創業選題或發展的參考。

### 投資佈局於數位轉型與淨零排放領域，反映未來相關市場前景持續樂觀

投資者調查顯示，未來 2-3 年投資重點觀察領域與投資項目為智慧製造、人工智慧 / 大數據、生技醫藥 / 醫療器材、新能源 ( 儲能、能源管理 )、運輸科技 / 電動車 / 車聯網，反映投資者樂觀看待數位轉型與淨零排放之市場前景與相關技術發展。

#### 前十大投資領域與創業關鍵字比較

排名	已投資領域 ( 投資 )	創業關鍵字 ( 新創 )
1	生技醫療 / 醫療器材 (49.0%)	4
2	人工智慧 / 大數據 (38.8%)	1
3	智慧製造 (34.7%)	5
4	零售科技 / 電子商務 (28.6%)	9
5	新材料 / 高附加價值材料 (24.5%)	17
	運輸科技 / 電動車 / 車聯網 (24.5%)	23
6	新能源 ( 儲能、能源管理 ) (22.4%)	19
7	第五代行動通訊 (20.4%)	25
8	消費性電子產品 (18.4%)	20
	金融科技 (18.4%)	22
9	區塊鏈 / 加密貨幣 (16.3%)	26
	資訊安全 (16.3%)	27
10	民生娛樂服務 / 餐飲 (14.3%)	6
	數位媒體 / 廣告 / 行銷科技 (14.3%)	7
	潔淨科技 / 循環經濟 (14.3%)	12

#### 投資者未來關注領域與創業關鍵字比較

排名	未來關注領域 ( 投資 )
1	智慧製造 (44.0%)
2	人工智慧 / 大數據 (39.0%)
3	生技醫藥 / 醫療器材 (38.0%)
4	新能源 ( 儲能、能源管理 ) (34.0%)
5	運輸科技 / 電動車 / 車聯網 (29.0%)
6	新材料 / 高附加價值材料 (27.0%)
7	第五代行動通訊 (22.0%)
8	資訊安全 (19.0%)
9	零售科技 / 電子商務 (18.0%)
	金融科技 (18.0%)
10	潔淨科技 / 循環經濟 (17.0%)

## ESG、綠色減碳趨勢帶動科技創新商機

近年來 ESG 議題持續發燒，多數大眾都認為 ESG 是大企業才會關注的高大上議題，需要投入大量資源資金去執行，但其實 ESG 的範疇不只如此，企業營運提供工作機會、獲利繳稅都可以說是落實 ESG，其範疇比一般人的理解更廣泛。

最近也越來越多以 ESG 為營運目標的社會企業，結合了各式創新技術解決特定社會的問題，如 Beyond Meat 與 Impossible Food 等新創企業，即以蛋白質技術創造了食用肉品的替代方案，為平常習慣葷食的民眾提供了一個新的低碳飲食選擇，並於商業及資本市場上取得成功。

然而，過去企業倡議的 CSR (Corporate Social Responsibility) 又與 ESG (Environmental, Social, Governance) 有什麼差異？2020 年金管會公布新版「公司治理 3.0—永續發展藍圖」，將企業社會責任報告書 (CSR) 更名為永續 (ESG) 報告書，兩者同樣依據 GRI 準則進行規劃，但 CSR 重視的是企業的社會責任及公益

回饋，而 ESG 則更加多元，除了社會責任之外，更需兼顧環境保護、社會共榮、公司治理等目的。在規劃時也需將更多面向的利害關係人列入考量，包含股東、銀行、員工、客戶、社會團體等，並強調設定計畫目標、商業模式及 KPI 等，讓 ESG 的概念能夠在企業營運中完整落實。

PwC 在去年發布了「2021 氣候科技現狀報告」，我們在調查中看到了企業之淨零需求 (Net Zero)，然而淨零是可以透過科技有效地驅動，像是汽車產業也更加地傾向使用「綠鋼」而不是傳統所使用的「灰鋼」，兩者最大的差異就在於「綠鋼」是採用潔淨能源所生產的鋼鐵，企業可透過採購「綠鋼」達到減碳的目的；金融產業則是透過自行開發或導入外部新創之金融科技 (Fintech) 提升營運效率，進而達到節能減碳之目的。

除了各國企業、政府陸續在淨零排放設置具體的時間表，並制定相關法規進行規範外，其實消費者也很重視永續議題！根據 2021 消費者

情報系列調查，具 ESG 元素之產品確實對消費者而言具有更高的採購的意願，顯示其潛在市場之需求是可預期的。

淨零排放的創新技術過去著重於軟硬體創新，包含氫能源、太陽能領域等，近年來隨著消費者永續意識抬頭，越來越多新創企業以服務創新解決社會問題，像是配客嘉以循環包裝系統，協助通路業或物流業減少使用塑膠包裝，而台灣通用紡織則是透過 AI 平台，解決紡織業長期以來難以改善的材料對色問題，進行提升企業營運效率。建議新創企業在規劃營運策略時，可視自身技術服務所能解決的問題思考如何協助中大型企業逐步達成淨零排放之目標，創造更多商業機會。



李宜樺

資誠永續發展服務公司 董事長



## 數位轉型與ESG趨勢所驅動的需求是台灣創新的優勢所在

針對台灣新創的國際化發展，以及究竟有哪些優勢條件足以及在國際市場上與其他新創競爭的問題，高繼祖回應，首先在地域性上，美國每年有至少數百間成熟新創期待在亞洲找到合作夥伴，以拓展亞太地區的事業，因此如何將這塊土地打造成「友善國際新創進入亞太市場」的基地，將會是當務之急，是政府可以積極思考的部分。

直至目前，半導體仍為台灣產業強項，不管是上游材料、生產製造所需之精密機械、IC 設計及第三類半導體產業鏈，在未來台灣仍有相當大的發展潛力，而國際創投也對這部分的發展非常關注。台灣站在 ICT、半導體產業累積逾 30 年的經驗，新創凡只要能夠打下台灣企業市場，再將成功經驗複製到美國、日本、中國、東南亞，則未來 5~10 年，台灣新創在智慧製造領域便更有機會可佔據一個優勢的地位。

此外，ESG 也是台灣企業願意積極部署的項目，其中所帶動對於包括碳中和、循環經濟、新能源、電動車 (EV)、電池、儲能、禁塑等發展及需求，均是台灣新創值得關注投資的發展領域。

尤其全球針對淨零排放及 ESG 的規範愈趨嚴苛，因此各大企業也開始爭相關注相關解決方案，不管是為了未來生存發展、抑或為了創造新的機會，新創都有非常大發揮的空間。

在既有 ICT 產業基礎、技術發展以及人才，加上台灣醫療體系的優秀醫護人員等多重優勢條件下，醫療器材是台灣新創的另一項重要創新領域。

除半導體、ESG、醫療器材，製造業的數位化、AI 化亦是台灣團隊應該掌握的一大趨勢。隨著未來少子化缺工問題持續攀升，人工成本也將持續提升，世界各國對於自動化生產的需求會愈加強烈，再加上淨零排放議題的推波助瀾，智慧製造將會是未來產業發展的關鍵趨勢。



高繼祖

台灣工研新創協會 理事長

# 結論

# 4

## 數位轉型與智慧製造，讓企業合作升溫

疫情大幅加速數位轉型的速度，由今年度的調查結果顯示「人工智慧 / 大數據」為創業關鍵字的第一名。而企業推動多年的數位轉型，是否創造更多中大型企業與新創間的合作機會？資誠創新諮詢公司董事長盧志浩表示產業界在新技術（如：機器學習及人工智慧）、新介面（如：智慧型裝置）的驅動下，正逐步邁向數位轉型，然而疫情催化數位化進程，主要是由於各地區防疫隔離可能導致企業停工停班，因此中大型企業更積極地透過導入創新科技，以避免疫情造成之損失，疫情帶來危機也帶來轉機，近年有越來越多大型企業與新創合作的案例，其實不只是智慧製造與數位化轉型，企業在落實 ESG、回應脫碳淨零等需求上，也為新創企業創造了有機會切入的新領域，新創企業該如何為傳產解決生展製造時所產生的汙染或其他問題，未來也將是熱門的投資與合作領域。

## 掌握時機，將危機化為轉機

近幾年的局勢相對動盪，對於資本市場與募資的影響也不容小覷。在大環境變異較大的情況下，投資者的態度轉為冷靜與謹慎小心，新創企業估值也漸漸地回歸到較為理性的範圍。

嚴峻的環境下考驗新創企業的韌性，新創是否能夠及時的規劃因應措施將危機化為轉機，對於具實力的新創企業來說，這是否能成為與競爭者拉開距離的機會，所牽涉的層面不只是技術與服務能力，不論是個人或機構型投資人，在今年度調查中顯示投資決策的關注重點，仍然是新創本身的體質與獲利能力，此外新創本身對於不同類型的投資人採用的投後管理方式、經營權涉入程度等，也需要有明確的回應與管理，以創造良好的投資人關係，為長遠的發展預做準備。

## 展現ESG綠色韌性，建立信賴度，積極促進合作發揮影響力

今年度創業與投資者調查，關鍵字揭露數位轉型已成為驅動新創生態系的重要主軸；同時，在對新創及投資者的 ESG 調查與訪談中，則發現到新創已有 67.3% 與 SDGs 相關，且從新創關鍵字減碳領域開始萌芽，而且 67.0% 受訪投資者已開始關注或投資 ESG 相關的項目，且未來 2-3 年亦將持續關注；第三，對新創與投資者的調查都顯示出個人人脈這項「關係資本」的重要性，這顯現出雙方從接觸到合作，個別所累積與展現的信賴度相當關鍵。

從實際運作觀察，數位轉型在產業中的發展，已逐漸在各個垂直生態系中演化與前進，而且在新興的 ESG 方向中，即企業經營同時兼顧到環境、社會與公司治理時，適當地引進與應用數位技術將會事半功倍，

所有產業在 ESG 這個方向的持續努力中，也將有高度的可能性以生態系的方式前進。

在這些觀察下，如同資誠永續發展服務公司李宜樺董事長的建議，新創在規劃企業自身的營運計畫時，可以其技術產品服務為基礎，思考如何能夠協助中大型企業解決問題，並由過程中創造更多的商機，具體協助中大型企業發揮「綠色韌性」的影響力。

另外，新創的發展與成長，顯然都須融入到各種不同類型與層次的生態系中，除參與區域或垂直領域的新創生態系尋找及驗證想法與營運模式外，也將會融入某些垂直或功能服務領域（如紡織業、淨零）的產業生態系尋找合作或服務的夥伴，而要能夠順利融入各種不同生態系，不論是個人或者是新創組織，對於生態系中其他成員而言，「可信賴」應該會是各方開始緊密互動與展開合作的起點。所以，雖然一開始所設定的新創方向，可能與 ESG 或 SDGs 關聯不大，但是如果新創在發展過程能夠關注到環境、社會及公司治理，對於新創建立與經營在生態系中的信賴度，將會有所助益。

最後，由於生態系的持續演化與前進必須要高度仰賴各個成員的各種合作，可能是實驗場域、業務合作，可能是實質投資，生態系中不同成員的彼此了解、降低資訊不對稱，避免誤解、降低彼此搜尋時間，提高合作成功機率，將會是各個生態系順利前進的重要因素。在這樣的基本了解下，針對重要的生態系，透過調查了解評估生態系、設計透明可信的資訊揭露工具、多多辦理各種有助於深度了解的活動（如工作坊、營隊）、及設計誘因引導各類生態系多多參與相關活動等，應將會是政府可重視且有助於各個生態系成功發展的基本環境條件。

# 調查研究方法

## 新創調查

- 調查對象**
- 目前正在籌組創業團隊的創業者
  - 公司登記 8 年以內 (2014 年起成立) 的新創企業負責人或創辦團隊

- 調查方法**
- 網路問卷、人員電訪同步執行
  - 建置網路問卷平台，依據歷年調查累積之新創資料庫名單，邀約新創企業填答 (名單包括歷年調查累積之新創企業名單、各合作單位整理之新創名單等)
  - 由合作單位於網路等公開平台提供調查問卷網址供新創企業填答

- 問卷長度**
- 各子題獨立計算，含基本資料接近 70 題
  - 網路填寫或電話訪問所需時間約 10-15 分鐘

- 有效問卷**
- 回收問卷數包括：合作夥伴訊息曝光 (244 份)、eDM 邀約 (232 份)、電話訪問 (289 份)，共 765 份；刪除重複填寫、資料錯誤等資料，有效問卷共計 700 份

- 問卷調查**
- 2022 年 05 月 12 日 -2022 年 07 月 18 日

- 深度訪談**
- 2022 年 07 月 07 日 -2022 年 07 月 27 日

## 投資者調查

- 調查對象**
- 一般創投：盤點於創投公會 (TVCA)、國發基金季 / 年報、簡單創、創業台北 StartUP@Taipei 等機構揭露的創業投資公司，共累積 239 家不重複且具有聯繫管道的機構
  - 企業創投：盤點於創投公會 (TVCA) 揭露的企業創投以及國內上市公司做為調查的母體

- 調查方法**
- 與創投公會合作：由創投公會就針對 108 家會員直接發送調查邀請並催收
  - 由調查團隊直接聯繫：以電話聯繫非公會之創投機構、上市公司發言人 / 副總，根據受訪者意願提供網路、紙本、或採直接電訪等形式
  - 企業創投 (上市公司)：接觸時，先確認該公司有對外投資，再進行訪問邀約

- 問卷長度**
- 各子題獨立計算，含基本資料共 42 題就採電話訪問或受訪者自行上網填答，平均所需時間約 15 分鐘

- 有效問卷**
- 合計共完成 100 份有效問卷，一般創投與企業創投比例約 1:1
  - 當一般創投存在一間公司同時登記數家基金公司、管理顧問公司的情况，會請該公司統整集團內相關數據進行填答

- 調查期間**
- 2022 年 06 月 06 日 - 2022 年 07 月 20 日

# 誠摯感謝

## 深度訪談及發表專文的各界代表 按中文姓氏筆畫排序

余東洛	合夥人	Mesh Ventures
吳昕霏	副董事長	WeMo Scooter
唐雲順	副總經理	精誠資訊股份有限公司
高繼祖	理事長	台灣工研新創協會
陳五福	董事長	橡子園顧問有限公司
陳佐亦	亞洲區董事	Mucker Lab
陳瑞弦	執行長	扶田資本 (Foodland Ventures)
楊子慧	營運總監	Garage+
楊宗亮	副總經理	益鼎創業投資管理顧問股份有限公司
董軒宇	執行長	威煦軟體開發有限公司
簡立忠	總經理	台灣證券交易所

## 生態圈合作單位

經濟部中小企業處

中華民國創業投資商業同業公會

中華民國全國創新創業總會

中華創業育成協會

中華民國全國中小企業總會

# 台灣新創生態圈大調查專案簡介

## 民間發起 專業合作 中立開放

為了瞭解台灣新創生態圈發展現況與資源需求，2017年11月由資誠與台經院（以下簡稱主辦單位）共同發起《台灣新創生態圈大調查》專案（以下簡稱調查專案）。

資誠（PwC Taiwan）為全球知名之財稅管理顧問之專業機構，台灣經濟研究院則是長期擔任政府新創政策智庫，雙方以專業機構、政府智庫之調研能量共同投入資源進行合作，以線上問卷調查與深度訪談雙軌並行的方式，針對新創企業的發展現況、成長挑戰與關鍵管理議題進行調查研究，於2018年8月發布第一本調查報告，並邀請經濟部中小企業處擔任指導單位。

自調查專案啟動以來，主辦單位本於促進新創與政策部門之溝通、生態圈之合作鏈結的初衷，以中立開放的態度積極與關注台灣新創生態圈發展之各界單位合作，期能透過關注探討新創企業的關鍵管理議題與資源需求，呈現新創企業生態與挑戰，2018年以來調查專案團隊的陣容不斷擴大，不僅讓調查主題更具多元性，亦透過各單位的努力，使調查結果更貼近新創企業發展現況。

# 軌跡

## 2018

- 邀請經濟部中小企業處指導本調查專案，由資誠、台經院、中小企總、青創總會(現已改名為全國創新創業總會)、行政院新創基地共同參與調查專案。回收 317 份有效問卷，並對新創企業、生態圈各界人士進行 25 場深度訪談，了解新創發展之關鍵管理議題。
- 年度調查主題：創業者與新創企業輪廓、募資與資本市場、政府輔導資源
- 年度輔導資源盤點：台灣創業生態圈資源地圖，由行政院新創基地執行
- 2018 年 8 月發布調查報告，發布之後引起迴響，國內外媒體、研究單位多次引述報告內容與數據。調查團隊並進行英文摘要製作，協助國際了解台灣新創生態圈現況。

## 2019

- 在經濟部中小企業處的支持下，進行第二年的調查專案，回收 412 份有效問卷，進行 24 場深度訪談。
- 社團法人中華創業育成協會加入專案調查團隊，並協助邀訪績優育成中心經理人
- 年度調查主題：延續第一年調查報告結論，除了解生態圈發展現況之基礎調查，深化議題探討，包括：創業家精神與能力養成、新創的國際化之路等。並由台灣經濟研究院研究三所統籌執行「台灣創育組織調查」
- 年度輔導資源盤點：新創資金哪裡找地圖，由新創圓夢網提供
- 資誠於 2019 年 3 月成立資誠創業成長加速器 PwC's Scale-up，進駐林口新創園(Startup Terrace)
- 2019 年 9 月發布報告，12 月舉行專家會議，了解各界對未來報告調查方向與國際行銷台灣新創之期許與建言。

## 2020

- 在經濟部中小企業處支持下，持續進行專案，並邀請科技部台灣科技創新基地(TTA)與中山管理教育基金會加入調查專案團隊。
- 由 2018-2019 之調查結果，深化新創成長的管理挑戰，聚焦新創募資準備、政策升級轉型、企業大小合作等主題，回收 678 份有效問卷，進行 21 場深度訪談，訪談對象包括創投、創育組織、新創企業、大型企業等。
- 年度調查專題：新創的募資準備、企業合作，並由中山管理教育基金會統籌執行女性創業專題。
- 年度資源盤點：六都新創資源地圖，由資誠與台經院共同執行
- 因應新冠疫情，首次採用線上發布會發布調查報告。

## 2021

- 在經濟部中小企業處支持下，邀請 DIGITIMES、行政院國家發展基金管理會、資策會數位服務創新研究所加入調查專案團隊。
- 年度調查專題：「聚焦合作開展新局」，由 2018-2020 之調查結果，重新思考(Rethink)台灣新創生態圈的整體發展，依據「萌芽、育成、成長、茁壯」等 4 個發展階段，分別進行主題探討，回收 700 份有效問卷，進行 10 場深度訪談，訪談對象包括創投、創育組織、新創企業、大型企業等。
- 年度資源盤點：創育機構調查與資源盤點，由台經院執行。

## 2022

- 經濟部中小企業處支持指導，並邀請中華民國創業投資商業同業公會、DIGITIMES 加入調查專案團隊。
- 年度調查專題：以「新創、投資者、ESG 綠色韌性」作為本年度重點議題。響應 2050 年之淨零排放目標，今年度透過調查進一步了解新創目前創業議題與聯合國公布的 17 項永續發展目標的相關性，而在 ESG 的浪潮下新創是否有針對此政策提出因應措施，展現出「綠色韌性」便是思考之重點。
- 本調查首次納入「投資者」調查，藉以呈現投資端在選題、投資、管理的觀點與實務作法，並從年度主題展現新創與投資端對現況與未來趨勢的看法，促進生態系成員彼此了解。

# 專案調查團隊

## 總策畫

資誠聯合會計師事務所 所長 暨 聯盟事業群 執行長 周建宏

財團法人台灣經濟研究院 副院長 林欣吾

## 調查計畫主持人

資誠聯合會計師事務所 創新創業服務 主持會計師 黃世鈞

## 調查團隊

### 資誠聯合會計師事務所

白淵凱 協理

羅婉鈴 經理

魏伊言 資深專員

### 財團法人台灣經濟研究院研究三所

林佳靜 所長

王俐几 助理研究員

## 調查協力團隊

DIGITIMES (電子時報)

黃逸平 副總經理

黃達人 處長

羅惠隆 分析師兼研究經理

## 調查執行單位

克卜勒市場行銷有限公司

[www.pwc.tw](http://www.pwc.tw)



## 2022 台灣新創生態圈大調查數位版報告

© 2022 PricewaterhouseCoopers Taiwan. All rights reserved. PwC refers to the Taiwan member firm, and may sometimes refer to the PwC network. Each member firm is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) for further details. This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.